

**O ESPAÇO DA PRODUÇÃO ESTRANGEIRA NO PANORAMA  
TELEVISIVO PORTUGUÊS: O CASO DOS CANAIS TEMÁTICOS SIC**

**Bruno André da Costa Ferreira**

**Relatório de Estágio de  
Mestrado em Ciências da Comunicação**

**Abril, 2016**

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Cinema e Televisão realizado sob a orientação científica de Francisco Rui Cádima.

*Aos meus pais e irmã pelo apoio incondicional  
nesta e em todas as fases da minha vida.*

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar tenho que agradecer ao professor Francisco Rui Cádima pela sua disponibilidade e atenção enquanto meu orientador de estágio. O seu apoio e aconselhamento foram fundamentais para a elaboração deste trabalho.

Agradeço também a Ricardo Gonçalves, coordenador do departamento de Produção de Emissão da SIC, e a toda a equipa com quem trabalhei durante os 6 meses que passei no “canal 3” pela disponibilidade e paciência para me ensinar um pouco sobre tudo o que acontece nos bastidores de um canal de televisão. Não podia ter pedido uma melhor recepção e integração na vossa equipa que muito contribuiu para tornar estes 6 meses numa experiência tão enriquecedora.

À minha família por me ter ajudado, de tantas formas diferentes, a ultrapassar os obstáculos que se colocaram no caminho e por me ter dado a força necessária para alcançar os meus objectivos.

A todos os meus amigos por estarem sempre presentes para me apoiar, ouvir e aconselhar, especialmente ao Gonçalo Mata e à Raquel Sousa por me terem ensinado tanto e me terem acolhido tão bem numa cidade, na altura, nova para mim.

## **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

### **O ESPAÇO DA PRODUÇÃO ESTRANGEIRA NO PANORAMA AUDIOVISUAL PORTUGUÊS: O CASO DOS CANAIS TEMÁTICOS SIC**

**BRUNO ANDRÉ DA COSTA FERREIRA**

**PALAVRAS-CHAVE:** Televisão, SIC, IMPRESA, Temáticos, Programas, Produção, Emissão, Estrangeira.

**RESUMO:** O presente relatório de estágio relata a minha experiência de 6 meses enquanto estagiário do departamento de Produção de Emissão da *SIC*. Aborda também a história do primeiro canal de televisão privado em Portugal e do grupo no qual este se insere, o grupo *IMPRESA*. Este relatório levanta ainda a questão do espaço que as produções estrangeiras ocupam nas grelhas de televisão em Portugal, nomeadamente no caso dos canais temáticos da *SIC*, *SIC Mulher* e *SIC Radical*, e analisa a sua evolução ao longo dos últimos anos.

**KEYWORDS:** Television, SIC, IMPRESA, Thematic, TV Shows, Production, Broadcasting, Foreign.

**ABSTRACT:** This internship report reflects upon my 6-month experience as an intern in SIC's Broadcasting Production department. It reviews the history of Portugal's first private television network and the media group that owns it, IMPRESA group. This report also questions the position of foreign TV production in the Portuguese networks' schedules, more precisely in SIC's thematic channels, SIC Mulher and SIC Radical, and analyses its evolution over the past few years.

# Índice

Introdução.....	1
 <b>CAPÍTULO I – O Grupo IMPRESA e a SIC</b>	
1. O Grupo IMPRESA .....	2
2. A SIC .....	3
 <b>CAPÍTULO II – O Estágio</b>	
1. Introdução .....	13
2. Produção de Emissão .....	15
2.1 Programas Estrangeiros .....	15
2.2 Programas Infanto-juvenis .....	17
2.3 Telenovelas .....	18
3. Funções que Desempenhei .....	18
 <b>CAPÍTULO III – Os Estudos Televisivos</b>	
1. Enquadramento Teórico .....	21
1.1 A Análise da Programação Televisiva em Portugal e a Reexportação do Modelo Americano de Televisão . .....	23
1.2 Diferentes abordagens aos Estudos Televisivos .....	26
1.2.1 O Relacionamento com o Poder Político e com as Instituições .....	27
1.2.2 A Vertente Tecnológica .....	27
1.2.3 Os Conteúdos e Programação .....	28
1.2.2 Os Públicos .....	32
 <b>CAPÍTULO IV – O Espaço da Produção Estrangeira no Panorama Televisivo Português: o Caso dos Canais Temáticos SIC</b>	
1. Metodologia .....	33
2. Questões de Partida .....	34
3. A Investigação .....	35
3.1 Definição da Amostra a Analisar .....	35
3.2 Grelha de Análise .....	36
3.3 Análise de Resultados – SIC Mulher .....	37
3.3.1 2013 .....	38

3.3.2 2014 .....	39
3.3.3 2015 .....	40
3.3.4 2016 .....	41
3.3.5 Conclusões .....	43
3.4 Análise de Resultados – SIC Radical .....	43
3.4.1 2013 .....	43
3.4.2 2014 .....	44
3.4.3 2015 .....	46
3.4.4 2016 .....	47
3.4.5 Conclusões .....	48
3.5 Entrevista Exploratória .....	48
Conclusão.....	51
Referências Bibliográficas.....	53
Anexos .....	56

## **Introdução**

No âmbito da componente não lectiva do Mestrado em Ciências da Comunicação, especialização em Cinema e Televisão, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa realizei um estágio de 6 meses, no período compreendido entre 1 de Outubro de 2015 e 31 de Março de 2016, no departamento de Produção de Emissão da SIC – Sociedade Independente de Comunicação. Foi-me proposta a elaboração de um relatório de estágio que, para além de um reflexão crítica sobre o estágio e as atividades desempenhadas por mim no decorrer deste, refletisse sobre um tema ligado ao mesmo.

Neste sentido, o presente relatório de estágio visa dar a conhecer a minha experiência enquanto estagiário da SIC. Dando a conhecer a sua história, e a do grupo de comunicação social no qual se insere, bem como os seus maiores feitos ao longo de mais de 20 anos. Pretendo também mostrar o que é o departamento de Produção de Emissão, quais as suas funções, quem são e de que forma trabalham os colaboradores desse mesmo departamento; refletir sobre as funções que desempenhei, e de que forma contribuíram para a minha aprendizagem e consolidação dos conhecimentos teóricos, e ainda levar a cabo uma pequena investigação sobre um tema intimamente ligado ao mesmo. Os programas estrangeiros e o espaço que os mesmos ocupam nas grelhas de programação foram a minha escolha para tema central deste trabalho.

Ao longo de 6 meses de estágio, no tão popularmente chamado “canal 3”, fui percebendo que um relatório de estágio fazia cada vez mais sentido. Todos os dias novas situações, novas pessoas e novos desafios me foram mostrando o outro lado da “caixa mágica” e é, agora mais que nunca, bastante pertinente poder refletir sobre essa experiência.

## **Capítulo I - O Grupo IMPRESA e a SIC**



## 1. O grupo *IMPRESA*

Foi em 1972 que Francisco Pinto Balsemão criou o *Sojornal/Expresso*, acreditando na possibilidade de fundar um semanário de referência apesar da censura que assombrava Portugal na altura. Este projeto foi o embrião daquele que é hoje o maior grupo de comunicação social do nosso país, o grupo *IMPRESA*. Mais tarde, em 1975, um ano após a revolução que trouxe a liberdade a Portugal, criou também a *VASP* com o objectivo de distribuir o *Expresso*, empresa que, actualmente, trata da distribuição de todas as publicações do grupo e não só. Em Abril de 1988, Francisco Pinto Balsemão decide criar a *Controljornal* com o intuito de fazer desta a empresa *holding* de todo o negócio. No ano seguinte dá-se a entrada na área das revistas com o surgimento da primeira revista de negócios em Portugal, a *Exame*, que surge de uma parceria com o grupo brasileiro *Abril*.

Em Março de 1991 nasce o Grupo *IMPRESA*. Esta “*super*” *holding*, que resultou da abertura do capital social da *Controljornal* a investidores externos, concorreu à atribuição dos primeiros canais privados de televisão em Portugal e foi assim que se tornou num dos acionistas fundadores da *SIC – Sociedade Independente de Comunicação*. Em 1999 a *IMPRESA* detinha já 51% do capital da *SIC* e 37,3% do interesse económico abrindo o seu capital a novos investidores. O grupo é, no ano de 2000, admitido na Bolsa de Valores de Lisboa e aumenta o seu interesse económico na *SIC* para 51%. Em 2003 dá-se uma parceria entre a *IMPRESA* e os suíços *Edipress* de onde resulta a *EdIMPRESA*, que passa agora a controlar a área das revistas do grupo português. Com uma quota de 50%, contratada inicialmente, o grupo *IMPRESA* compra, em 2008, a totalidade do capital da *Edimpresa* e dá início à fusão das atividades relacionadas com as revistas e jornais sob a alçada da sub-*holding IMPRESA Publishing*. Esta tornou-se numa das principais editoras de publicações no nosso país e conta com publicações como *Expresso*, *Visão*, *Caras*, *Exame*, entre outras.

Em finais de 2005 o grupo *IMPRESA* adquire a totalidade da *SIC*, através da compra da posição minoritária, passando assim a deter 100% do capital do canal.

O ano de 2007 marcou a entrada do grupo numa nova área de negócios, com a *IMPRESA Digital*. Esta tinha como principal objectivo potenciar as marcas *IMPRESA* no

mundo digital. Desta forma, concentrou a participação de várias empresas que operavam na internet e nas novas tecnologias no geral, empresas essas que impulsionaram a distribuição digital de conteúdos em múltiplas plataformas. No ano seguinte, 2008, o grupo *IMPRESA* era já o principal grupo de comunicação social português com um volume de negócios que rondava os 273 milhões de euros. A sua atividade assentava em três áreas de negócio: *SIC*, *IMPRESA Publishing* e *IMPRESA Digital*.

Assistiu-se, em 2011, e no 19º aniversário da *SIC*, a uma expansão do Grupo a norte. A 6 de outubro inauguram-se novos estúdios e instalações da *IMPRESA Norte* em Matosinhos.

## **2. SIC**

Foi com um sorriso e um “Boa tarde”, proferido pela jornalista Alberta Marques Fernandes, logo após a primeira exibição do emblemático hino da estação, a 6 de Outubro de 1992, que nasceu a aventura da televisão privada em Portugal. Nascia, às 16h30 dessa sexta-feira, a *SIC* na posição 3 dos televisores dos portugueses. Dava-se uma revolução no panorama televisivo português; era o fim do monopólio do estado que há 35 anos mantinha a *RTP* como único canal de televisão no país. Durante dois anos, Francisco Pinto Balsemão, fundador do canal, liderou uma pequena equipa que levou a cabo os estudos necessários, preparou documentação, juntou acionistas e definiu uma estratégia de candidatura a uma das duas licenças para canais de televisão privados que o governo levou a concurso. Essa pequena equipa conseguiu, de facto, algo muito grande. À data da primeira emissão assistia-se ainda, no nº119 da Estrada da Outurela, em Carnaxide, a um enorme frenesim que marcava o ritmo acelerado das obras de reconstrução e ampliação daquele que fora, em tempos, um armazém de bananas, mas que era agora o palco de um sonho, o sonho de quem acreditava numa televisão jovem, inovadora e livre.

Surgiu uma nova forma de fazer televisão. Uma televisão que incluía o povo português e que lhe dava a oportunidade de se fazer ouvir. O programa *Praça Pública*, apresentado por Júlia Pinheiro, Nuno Santos e Conceição Lino, foi prova disso: percorreu o país de norte a sul e ouviu os problemas de pessoas comuns que, apesar de saberem ver televisão, não faziam ideia de que poderiam aparecer no ecrã. Era uma

televisão moderna e jovem que seguia a marca *MTV* e abria o espaço televisivo a temas que até então eram estranhos à maioria dos portugueses. A primeira grelha correspondia a uma emissão que começava às quatro e meia da tarde e que terminava por volta da uma da manhã. Desta faziam parte: programas de informação, o *Jornal da Noite* e o *Primeiro Jornal*; a *Praça Pública*; o concurso *Responder à Letra*, que se juntava à emissão diária dos programas da *MTV* apresentados pela muito jovem Catarina Furtado e que reuniam uma vaga de público juvenil que, no horário nobre, culminava na comédia americana *O Príncipe de Bel Air*, a série responsável pelo sucesso em Hollywood de Will Smith. A grelha contemplava ainda o reality show *Cops* e a ficção da *Rede Globo*, apesar de esta ainda não existir no horário nobre.

A informação da *SIC* veio revolucionar o jornalismo em Portugal, isto porque tinha o espaço de manobra que faltava aos profissionais da *RTP*, uma vez que estes, apesar de excelentes profissionais, tinham uma longa história de interferência do poder político e algum constrangimento institucional. A informação da estação de Carnaxide veio quebrar tabus e dar luz a temas que até então eram, de certa forma, abafados pela comunicação social. No artigo “Dez Anos de História da *SIC* (1992-2002). O Que Mudou no Panorama Audiovisual Português”, Rogério Santos destaca o contributo de vários autores que dão à informação, e a uma grelha de programação bastante diversificada, o crédito pelo rápido crescimento do canal. A informação foi, de facto, um dos grandes impulsionadores da *SIC* que lhe dedicava o dobro do tempo disponibilizado pelos restantes canais portugueses. Criaram-se vários especiais de informação, que se tornaram os favoritos dos portugueses, e seguiu-se uma linha que rompia com os padrões reiterados pela televisão pública. Um dos exemplos usados por Rogério Santos foi o uso do primeiro estúdio móvel em Portugal, em 1997, no qual José Alberto Carvalho apresentou o telejornal a partir do Oceanário.

Mas nem tudo foi fácil no arranque da estação. O povo português continuou, durante bastante tempo, fiel à estação que durante décadas lhes mostrou o mundo através de uma pequena caixa, a *RTP*. A *SIC* fecha os primeiros três meses de emissão com um share de 2,1% que estavam ainda muito longe dos 79,8% da *RTP1* e dos 18% da *RTP2*. Foi uma oportunidade para trabalhar ainda mais. Aumentaram-se as horas de emissão da *SIC* que começava agora ao meio dia.

No final de 1993, e mesmo com a entrada de outro canal privado em cena, a TVI, o canal 3 conseguiu uma quota de mercado de 14,4% que, apesar de estar longe dos 61,4% da RTP1, estava bastante próxima dos 17,6% da RTP2. Neste ano estrearam-se dezasseis novos programas de produção nacional que começavam a cativar a atenção dos portugueses, entre eles a primeira ficção nacional da SIC, *A Viúva do Enforcado*. Muitos outros programas que estrearam em 93 ficaram na memória dos portugueses: o programa de entrevistas e testemunhos, *Sexo Forte*, dirigido em especial ao público feminino; o *talk show* *Falas Tu Ou Falo Eu*, apresentado por Fernando Tordo e Carlos Mendes, que colocava a SIC a falar com os espectadores; o famoso programa de apanhados *Minas e Armadilhas*, que fazia rir o público com uma série de situações insólitas e que acabou por ficar em antena por muitos anos. Assistiu-se ainda à estreia de programas como o célebre *Ora Bolas Marina*, que trazia para o pequeno ecrã uma das figuras mais populares do teatro de revista, Marina Mota, *O Resto É Conversa*, com Teresa Guilherme, e ainda o eterno *Buereré*, um dos programas infantis de maior sucesso na história da televisão portuguesa. Também em 1993 foi para o ar o programa que daria início à batalha da adaptação dos grandes formatos europeus, o *Chuva de Estrelas*. Apresentado por Catarina Furtado, o programa que trazia o talento de desconhecidos às luzes da ribalta, foi o mais visto do canal nesse ano reunindo uma audiência média de mais de dois milhões de espetadores.

Em 1994, a SIC solidificou a sua estratégia continuando a apostar na tendência juvenil com a estreia de *Muita Lôco*, apresentado por José Figueiras, e apostou ainda nos programas infantis que tinham bastante sucesso, como é o caso do *Buereré*. Sobretudo, o canal apostou na expansão de horários e na criação de linhas de programação diárias de forma a fidelizar os espetadores. Numa tentativa de destronar a RTP da liderança, a estação de Carnaxide lançou duas vagas de novos programas. A primeira, que começou em Abril, contou com a estreia de dois prestigiados programas de informação: *Sete à Sexta* e *20 Anos, 20 Nomes*. Contou ainda com uma aposta diversificada no entretenimento que ia desde o *Mini-Chuva de Estrelas*, o *Caça Ao Tesouro* ou o *Tudo ou Nada*, aos primeiros programas em que o cidadão comum era o protagonista, como é o caso de *Cenas de Um Casamento* e *Perdoa-me*. A segunda vaga aconteceu em setembro munida de estreias como *All You Need Is Love* e *Ponto de Encontro*, que marcou o regresso de Henrique Mendes à televisão. O canal reforçou

ainda a lógica da produção nacional em todos os horários criando uma série de formatos que chegavam a casa dos portugueses ainda antes da meia noite e que se prolongavam até o fim da emissão. Foi um ano de forte crescimento para o canal: já em janeiro a *SIC* ultrapassa a *RTP2* com um share de 17,7% e torna-se o segundo canal mais visto. Após a primeira tentativa de assalto ao líder, o canal ultrapassa os 30%, mantendo-se a 20% da *RTP*. Com a segunda vaga de estreias, em Setembro, a *SIC* é catapultada para cima dos 40% de share e vê a diferença reduzida para apenas 13 pontos percentuais. Em dezembro apenas 5% separam os dois canais e, pela primeira vez, as novelas da Globo estão entre os 20 programas mais vistos da estação.

O ano de 1995 foi apelidado de Ano da Liderança, pois foi aquele em que, pela primeira vez, a televisão privada superou os canais do estado. No início deste ano, já a *SIC* se aproximava bastante da *RTP*, estando ambos os canais afastados por apenas dois pontos percentuais. Em março, com a estreia de *Não Te Esqueças da Escova de Dentes*, programa liderado por Teresa Guilherme, e com *A Máquina da Verdade*, a *SIC* apertou o cerco à concorrência misturando programas mais irreverentes e ousados à posição cada vez mais sólida da novela em horário nobre. A 16 de Abril estreia o lendário *Big Show SIC*, conduzido por João Baião, que deixou Portugal a cantar na televisão os êxitos já conhecidos das festas populares. No final do mês de maio, passados dois anos e sete meses desde a primeira emissão, a *SIC* tornava-se o canal líder do panorama audiovisual português. Dos 15 programas de televisão mais vistos pelos portugueses em 1995, 12 eram da *SIC*. Foi um ano de extrema importância para o canal e este ficou marcado pela estreia de grandes trabalhos da comédia: Camilo de Oliveira chega com *Camilo & Filho*; Marina Mota continua com *Barba e Cabelo*; e chegaram os *Malucos do Riso* que vieram marcar uma geração.

1996 e 1997 foram anos de consolidação da liderança da *SIC*. O canal atingiu uma quota de mercado, em 1996, equivalente ao somatório das quotas da *RTP1*, *RTP2* e *TVI* e uma quota comercial consolidada de 46,8%. A estação seguiu uma filosofia de eventos que levou à transmissão de diversos acontecimentos, entre eles o *Circo de Monte Carlo*, os *MTV Music Awards* e a *Moda Paris*, por exemplo. Mas o grande acontecimento do ano foi a criação e transmissão dos primeiros *Globos de Ouro*, que surgiram de uma parceria do canal com a revista *Caras* e que contam já com 20 edições; uma gala ambiciosa e que visa reconhecer os maiores talentos do espetáculo

em Portugal. 1996 foi um ano marcado também pela aposta na produção de formatos internacionais que levaram a *SIC* a deter 19 dos 20 programas mais vistos desse mesmo ano. Em 1997 a estação manteve a liderança conquistando 55,1% do mercado publicitário. O canal liderava em todas as regiões, classes sociais, grupos etários e tanto no público feminino como no masculino. Os 20 programas mais vistos do ano eram da *SIC*, bem como 19 dos 20 filmes com mais audiência. *Chuva de Estrelas*, *Malucos do Riso*, *Ponto de Encontro* e *Big Show SIC* foram alguns dos responsáveis por tanto sucesso. A 21 de setembro de 1997 surge a *SIC Internacional*, com o objectivo de levar aos portugueses espalhados pelo mundo os programas que faziam da *SIC* a estação líder em Portugal. Através de uma série de protocolos a *SIC Internacional* chegou a França, Luxemburgo, EUA e aos países de língua oficial portuguesa. Hoje em dia, o canal é transmitido em 11 países e mais de 4,5 milhões têm acesso aos seus programas.

Em termos de audiências, 1998 foi muito semelhante ao ano anterior. A mesma liderança de 49,8%, com uma quota de mercado publicitário de 55,6%, fez com que a *SIC* se visse obrigada a novas apostas para se reinventar. Apostou na produção de ficção portuguesa para o que, criando a *SIC Filmes*, realizou um acordo de produção de telefilmes com o Ministério da Cultura e adquiriu os direitos para a série *Médico de Família*, uma das grandes estreias do ano e que contou com a participação de Fernando Luís e Rita Blanco nos papéis principais. A par de *Médico de Família* a *SIC* fez outras novas apostas entre elas o *Fátima Lopes*, no seguimento da linha de *talk shows* americanos. O programa, novidade na altura, expunha problemas comuns de pessoas comuns e veio renovar a programação do *daytime* da estação.

Em 1999, pela primeira vez, a emissão da *SIC* ocupava já toda a manhã. Programas como *Dá-lhe Gás* e *Zip Zap* faziam as maravilhas dos mais novos e davam força a este horário de emissão mais alargado que contava também com algumas das séries que marcaram uma geração; foi o caso de *As Navegantes da Lua*, *Inspector Gadget* e *Pokémon*. Mas a grande estreia deste ano foi o *SIC 10 Horas*, o *talkshow* matinal apresentado inicialmente por Júlia Pinheiro e, mais tarde, por Fátima Lopes, que fazia companhia a milhares de pessoas todas as manhãs e que se manteve em antena até 2006. No que diz respeito ao horário nobre, entre as 20 e as 24 horas, a *SIC* detinha a maioria da quota de mercado, 51,2%.

2000 chegou à SIC com a força da liderança e, com ele, chegaram novos desafios. A estação de Carnaxide preparava-se para dar início ao seu primeiro canal por cabo, a *SIC Gold*, que iria repor as glórias do canal generalista e que estreou a 28 de Junho. Foi também nesse ano que a maior vedeta da televisão se juntou à SIC, Herman José; nascia *Herman SIC*, um programa de grande sucesso que se tronou no cartão de visita do canal e que contou com a presença de vários convidados internacionais como a cantora Anastacia ou o cantor Ricky Martin. Porém, nem tudo foram facilidades. O fenómeno *Big Brother*, que marcou nesse ano a televisão europeia e, nos anos seguintes, o resto do globo, chegou à TVI e lançou o canal, e a sua ficção, tornando a concorrência mais acesa entre os privados. Para combater este fenómeno nacional e mundial, a SIC lançou o concurso *A Febre do Dinheiro* que trouxe para o canal outro grande nome da televisão, Carlos Cruz. Foi ainda realizado um conjunto de *Especiais Herman* numa tentativa de desviar as atenções da Venda do Pinheiro.

O canal de Carnaxide cedo percebeu que a televisão estava em mudança nesta entrada no novo milénio e 2001 foi um ano de mudança. Uma série de *reality shows* foi lançada pela estação para tentar combater o sucesso de *Big Brother*, como foi o caso de *Acorrentados*. Para além de também apostar em novelas, como *Ganância*, e *talk shows* noturnos, como *Noites Marcianas*, a SIC reforçou a aposta para aquele que sempre foi um dos seus públicos mais fieis, os jovens. Foi então que estreou um programa inovador que misturava actores reais com um desenho animado, *A Minha Família é uma Animação*. Neco e a sua divertida família cativaram a atenção não só dos mais pequenos, mas também de famílias inteiras mantendo-se no ar por vários anos. Mas o maior trunfo da SIC face aos desafios que o novo milénio colocava foi a capacidade de antecipação. O futuro da televisão não passava apenas pela batalha entre os canais generalistas. O vasto leque de canais oferecido pelo cabo fez com que a SIC definisse uma nova estratégia e abrisse caminho em direcção ao cabo. A 8 de janeiro surge a *SIC Notícias* com o propósito de ser uma fonte fiel, direta e atualizada de informação 24 horas por dia. Mas a aventura da expansão no cabo não ficaria por aqui e ainda em 2001, e numa tentativa de oferecer a cada público os conteúdos que mais lhe interessavam, a SIC estreia o canal *SIC Radical* a 23 de Abril: um canal jovem e de ritmo acelerado. Para além da expansão no cabo a SIC percebeu a importância

crescente da Internet e apostou na plataforma *SIC Online*, que pretendia levar os conteúdos do canal à rede.

Os tempos estavam cada vez mais difíceis para as televisões portuguesas e o ano de 2002 foi marcado por essas dificuldades. Os investimentos em publicidade no meio baixavam cada vez mais e o universo *SIC* resistiu com ajuda do crescimento dos canais temáticos: a *SIC Notícias* e a *SIC Radical*. Reduzir os custos foi a solução essencial para os canais generalistas mas, apesar das adversidades, o canal 3 continuou na liderança anual. Lançou-se o *Masterplan*, um ambicioso *reality show* liderado por Herman José e Marisa Cruz, e produziram-se programas que seguiam a linha da *MTV*, como foi o caso de *O Meu Nome é Ágata* e *Na Casa do Toy*. Neste ano, a 29 de Abril, o canal *SIC Gold* deu lugar a um novo canal, o *SIC Sempre Gold*. Este novo era nada mais que uma versão mais abrangente do seu antecessor. Para além de transmitir os programas que fizeram sucesso na generalista, o *SIC Sempre Gold* transmitiu também séries antigas que fizeram sucesso no estrangeiro. *Dallas*, *Cheers* e *Uma Casa na Pradaria* foram alguns dos programas escolhidos para este novo canal.

Novo ano, nova aposta na expansão para o cabo e na segmentação dos conteúdos. A 8 de março de 2003 a *SIC* lança o canal *SIC Mulher*, que vinha juntar-se à *SIC Sempre Gold*, *SIC Radical* e *SIC Notícias*. Um canal com programação sofisticada e pensado para agradar à mulher moderna, ativa e com vontade de intervenção. O canal generalista voltou à liderança na média global anual e conseguiu distanciar-se do grande rival, *TVI*. *Ídolos* e *Levanta-te e Ri* marcaram as estreias do canal, em 2003, mas nem só programas se estrearam; outras iniciativas foram levadas a cabo pela estação de Carnaxide de forma a expandir o mundo *SIC*. Surge o projeto *SIC Esperança*, um dia após o festejo do 11º aniversário do canal. Esta iniciativa, atualmente com o estatuto de instituição particular de solidariedade social, centraliza todas as ações de solidariedade da estação e do grupo *IMPRESA*. Nos primeiros oito anos de existência, este projeto ajudou mais de 24 200 pessoas, estabelecendo parcerias com 73 empresas e ajudando 69 instituições com os mais de 3 milhões e trezentos mil euros que reuniu.

Doze anos passados desde o arranque do chamado canal 3, há 10 anos na preferência dos portugueses, o humor continuava a ser o principal motor da estação. Em 2004, *Malucos do Riso*, a principal marca de humor do canal, renovou-se dando



origem a *Super Malucos do Riso*. Surgiram ainda novos programas de comédia, entre eles: *Maré Alta*, uma série de sketches inspirada num clássico da Globo; *K7 Pirata*, a que Nilton dava a cara; e *Flagrante Delírio*, com Nuno Graciano e Nuno Eiró. Também em 2004, mais precisamente a 18 de outubro, surge um novo canal. O *SIC Sempre Gold*, que seguia o caminho do *SIC Gold* como canal *SIC* menos visto do cabo, acabou por dar lugar ao *SIC Comédia*. Este novo canal iria transmitir alguns programas do antecessor e dar lugar a novas *sitcoms* e *talk shows* como o *The Tonight Show with Jay Leno* e *Late Night with Conan O'Brien*. Mas nem só de comédia era feita a *SIC*, grande parte do seu sucesso deveu-se também ao público infanto-juvenil e, como tal, a estação não deixou de apostar em produções destinadas a estes. Estrou-se uma nova temporada da famosa série *Uma Aventura* e do programa *Dá-lhe Gás*, extremamente populares entre os mais jovens. Nos canais por cabo, os *Gato Fedorento* e o *Querido Mudei a Casa* eram formatos líder na *SIC Radical* e *SIC Mulher*, respectivamente.

Depois de 10 anos na liderança consecutiva a *SIC* deixa, em 2005, de ser a estação de televisão mais vista em Portugal. Apesar da estreia de 17 novos programas que reforçaram a linha de humor, como *Malucos na Praia* ou *Camilo em Sarilhos*, o canal não conseguiu competir com a *TVI*. Com o intuito de surpreender pela diferença, a *SIC* aposta em dois formatos americanos, o *Esquadrão G* e *Senhora Dona Lady*, que foram as apostas mais marcantes do canal a par de *Modelo Procura-se*, uma espécie de *Ídolos* da moda. No grande ecrã a *SIC* estreou, neste mesmo ano, aquele que foi um dos maiores sucessos de bilheteira do cinema português, *O Crime do Padre Amaro*. O filme, protagonizado por Soraia Chaves e Jorge Corrula, foi visto no cinema por cerca de 366 mil pessoas. Em ano de retração, e apesar da chegada de cada vez mais canais internacionais ao cabo, os canais temáticos da estação asseguravam já 19,3% da faturação do universo *SIC*.

2006 foi o ano a que muitos chamam de O Ano *Floribella*, na *SIC*, devido à estreia da novela juvenil com o mesmo nome que combinava o musical a uma trama simples mas que se tornou num fenómeno de popularidade no país. Por todo o lado, crianças de várias idades entoavam as músicas que aprendiam na série e cativavam cada vez mais espectadores. Deu-se, neste ano, uma forte aposta na produção nacional sem nunca deixar de parte as novelas brasileiras. O canal 3 apostou nos eventos de rua e nos *Globos de Ouro*, mas foi o futebol que dominou as audiências da

estação com 15 jogos entre os 20 programas mais vistos do canal. Voltaram os apanhados, com *Desprevenidos* e *O Pior Condutor de Sempre*, e arranjou-se o *daytime*. Acabou o *Às 2 por 3* que deu lugar a *Contacto* com Rita Ferro Rodrigues, Cláudia Semedo e Nuno Graciano. Nesta altura, Rui Unas surgia em antena com o concurso *Pegar ou Largar*. Na informação, a *Grande Reportagem* oferecia todas as semanas trabalhos de excelência, como foi o caso de *As Crianças de Chernobyl* que garantiu à SIC o prémio AMI. No decorrer deste ano a internacionalização da estação continuou e no continente africano eram já 110 mil os subscritores do *SIC Notícias*. A *SIC Serviços* converteu-se na *GMTS* e alargou a sua atividade de oferta de meios de mercado tendo como um dos principais clientes a *Sport TV*. No final do ano a estação anuncia o final do canal temático *SIC Comédia*, no entanto, os restantes canais por cabo da estação mantinham-se firmes.

Em 2007 as receitas geradas pela música, através da *Som Livre*, e pela prestação de serviços, levada a cabo pela *GMTS*, estavam a aumentar. A *SIC* deu destaque à diversidade e apostou na combinação direta entre conteúdos e receitas. Foi a primeira vez que o canal emitiu três novelas portuguesas em simultâneo: *Floribella*, que continuava um êxito, e as novas *Chiquititas* e *Vingança*. Tanto a primeira como a segunda, infanto-juvenis, conseguiram gerar valores únicos resultantes do merchandising. O horário nobre foi reforçado com programas de informação que eram transmitidos logo após o *Jornal da Noite*. Rubricas como *Perdidos e Achados*, *Nós por Cá*, *Reportagem Especial*, *O Livro de Reclamações*, *Ir... É o Melhor Remédio*, *Terra Alerta* e *Futuro Hoje* valeram 10 prémios a reportagens da *SIC* que vieram comprovar a eficácia da estratégia do canal. Os canais temáticos *SIC Notícias*, *SIC Radical* e *SIC Mulher* atingiram uma audiência média de 18,4% fazendo da *SIC* líder no cabo.

A *SIC* e a *Rede Globo* renovam, em 2008, a cedência de direitos das novelas brasileiras e a produção nacional dispara com mais de 20 novos programas. Na ficção nacional aposta-se em *Rebelde Way* e *Podia Acabar o Mundo*; da *SIC Radical* chega o fenómeno humorístico *Gato Fedorento*, com Zé Carlos; Herman José estreia *Chamar a Música* e *A Roda da Sorte* enquanto Ana Bola e Maria Rueff apresentavam *VIP Manicure*. No mesmo ano, a estação de Carnaxide estreia ainda programas como: *Malucos na Selva*, *Tá a Gravar*, *Fama Show* e *Episódio Especial*. O grupo *IMPRESA* entra

na produção de eventos, através da criação da *Acting Out*, e vê os canais do cabo manterem uma liderança sólida com uma audiência média de 20,8%.

O ano de 2009 foi marcado por uma aposta em novos estúdios e novos programas. Era necessário crescer e baixar os custos e, como tal, era essencial otimizar a produção. A SIC criou novos estúdios, capazes de acolher a produção dos programas de *daytime*, praticamente em frente à sede da SIC na Estrada da Outurela nº119. Um acordo de distribuição com a operadora Meo proporcionou um crescimento muito significativo aos canais *SIC Notícias*, *SIC Radical* e *SIC Mulher*. A estação de Carnaxide lança ainda um novo canal temático, nesse ano, o *SIC K*, destinado ao público infantil. Renovaram-se as manhãs com a *Companhia das Manhãs*, programa liderado por Rita Ferro Rodrigues e Francisco Menezes e à tarde surge o *Vida Nova* com José Figueiras. Para animar o entretenimento, a SIC lança *Salve-se Quem Puder* e *TGV - Todos Gostam do Verão*. 2009 marca também o regresso do concurso de talentos *Ídolos*, com novo júri e novos apresentadores, e a nível da ficção o canal 3 viu nascer *Perfeito Coração* e a minissérie *A Vida Privada de Salazar*. A SIC volta a apostar no talento de *Gato Fedorento*, estreando *Gato Fedorento Esmiúça os Sufrágios*. Os apanhados e vídeos cómicos de *Não Há Crise* e *Tá a Gravar!* geraram também fortes audiências. Num ano de mudança, e fortes apostas, nasce um dos programas de maior sucesso do canal e que se mantém firme até aos dias de hoje, *Alta Definição*.

Em 2010, a SIC dá outro passo em frente na sua relação com a *Rede Globo* e as novelas portuguesas passam a ser coproduzidas com o gigante brasileiro. *Laços de Sangue*, protagonizada por Diogo Morgado, Joana Santos e Diana Chaves, foi a primeira aposta desta nova parceria. Numa tentativa de acompanhar as tendências da ficção estrangeira surge *Lua Vermelha*, uma série sobre vampiros que foi muito bem aceite pelo público, principalmente o mais jovem. No campo dos programas de talentos assistiu-se ao regresso de uma nova temporada de *Ídolos* e à estreia de *Achas que Sabes Dançar* e *À Procura do Sonho*. Renovaram-se as tardes com o *Boa Tarde*, de Conceição Lino, e apostou-se mais uma vez na comédia com o *Notícias em 2ª Mão*. *XXS Extra Extra Small*, apresentado por Carolina Patrocínio e Pedro Miguel Guedes, surge em antena bem como *Mesmo a Tempo*, com Nuno Graciano. 2010 marca o 10º aniversário da liderança da SIC no cabo. A *SIC Notícias* completou o 10º ano de

liderança enquanto que a *SIC Radical* e a *SIC Mulher* passam a integrar o top 10 dos canais mais vistos. Ao mesmo tempo, a *SIC K* e *SIC Mulher* chegam a Angola.

2011 fica marcado, na história da *SIC* e da ficção nacional, pelo *Emmy* que *Laços de Sangue* recebeu em Nova Iorque na categoria “telenovela”. Na corrida ao galardão estavam mais três telenovelas: uma brasileira, uma venezuelana e uma filipina. A *SIC* continuou a apostar na ficção, produzida pela *SP Televisão*, e estreou *Rosa Fogo*, protagonizada por Cláudia Vieira, Ângelo Rodrigues e José Fidalgo. Como sempre fez, a *SIC* renova-se... Recebe Júlia Pinheiro, de volta ao canal com o programa *Querida Júlia*, que veio dar força não só ao *daytime* mas também ao horário nobre com a adaptação portuguesa do *The Biggest Loser*, o *Peso Pesado*. Aos concursos produzidos pelo canal junta-se também *Portugal Tem Talento*, apresentado por Bárbara Guimarães, adaptação do formato internacional *Got Talent*. O humor nunca fica de parte e a estação lança a série *A Família Mata* e os programas *Gosto Disto* e *Cuidado com Elas*. 2011 ficou ainda marcado pela inauguração das instalações da *SIC* no norte do país, em Matosinhos.

Em 2012 a *SIC* completa 20 anos e mantém a forte aposta na ficção, líder de audiências, e no entretenimento em geral bem como numa informação cuidada e rigorosa. Juntou em 2013 mais um canal ao universo *SIC*, o *SIC Caras*, resultado de uma parceria com a revista *Caras*, também do grupo *IMPRESA*.

## **Capítulo II - O Estágio**

O Estágio no departamento de Produção de Emissão da SIC.

### **1. Introdução**

O estágio é, na minha opinião, uma fase determinante no percurso de um estudante, pois é a ponte entre dois mundos bastante diferentes: o académico e o profissional. É a combinação perfeita dos conhecimentos teóricos desenvolvidos, enquanto estudantes, e a aplicação prática dos mesmos em contexto profissional. Fazer um estágio curricular sempre foi, para mim, a hipótese mais aliciante como forma de realizar a componente não lectiva do mestrado, visto ser uma excelente

oportunidade para fazer uma transição menos brusca da vida académica para o mercado de trabalho.

A *SIC*, enquanto estação televisiva de referência em Portugal, sempre foi uma das minhas primeiras opções para realização de um estágio, uma vez que tem um impacto tão significativo no mercado audiovisual onde gostaria de me inserir profissionalmente. Aprender a lógica de funcionamento de uma estação de televisão, e as questões técnicas e teóricas associadas a esse mesmo funcionamento, foi o meu objectivo principal desde o primeiro dia. No decorrer dos 6 meses de estágio na estação tentei sempre manter presente esse objetivo como forma de assimilar o máximo de conhecimento possível.

No dia 25 de setembro, e após alguns contactos com o departamento de Recursos Humanos da *SIC*, visitei pela primeira vez o nº119 da Estrada da Outurela, em Carnaxide, para uma entrevista com o Coordenador do Departamento de Produção de Emissão, Ricardo Gonçalves, que é também o orientador do meu estágio. Após uma breve conversa, onde me foi apresentado o departamento e quais as funções que o mesmo desempenha, foram acertados alguns pormenores práticos como a data de início do estágio e em que horários este ia decorrer. Neste dia tive também o primeiro contacto com a equipa que me viria a acolher e com as instalações da *SIC*. Fui apresentado aos vários departamentos e conheci, nesse mesmo dia, algumas das pessoas com as quais me cruzei diariamente durante 6 meses.

A equipa de Produção de Emissão da *SIC* é composta por 7 elementos: 3 responsáveis pelos programas estrangeiros, 2 responsáveis pelas telenovelas, 1 responsável pelos conteúdos infanto-juvenis e 1 coordenador do departamento. Durante o decorrer do meu estágio, a coordenação do departamento e o tratamento de programas infanto-juvenis ficaram a cargo da mesma pessoa, Ricardo Gonçalves, devido a uma baixa prolongada da coordenadora Ana Mateus.

Inicialmente as minhas funções desempenhavam-se junto dos 3 responsáveis pelos programas estrangeiros na sala dedicada para esse efeito mas, durante o segundo mês de estágio, passei a trabalhar no gabinete do coordenador do departamento (e orientador do meu estágio). Aqui tive a oportunidade única de ver de perto não só como funciona a gestão de todo o departamento, e das suas relações internas e externas com outros departamentos e empresas, mas também como

funciona o tratamento dos programas infanto-juvenis, que despertou bastante interesse em mim. Não posso deixar de realçar o papel fundamental que o próprio teve na minha permanência na *SIC* uma vez que sempre se mostrou extremamente disponível para me ensinar o máximo possível e facilitar o meu estágio na empresa.

## **2. Produção de Emissão**

Como referido anteriormente, o estágio que desenvolvi, no âmbito do mestrado em Cinema e Televisão da Universidade Nova de Lisboa, foi realizado no departamento de Produção de Emissão do primeiro canal privado de televisão em Portugal, a *SIC*. No início deste capítulo irei explicar de forma mais detalhada quais são as principais funções deste departamento e quais os elementos que o constituem.

A equipa que compõe este departamento é responsável pelo tratamento de três tipos de conteúdos que integram a grelha de todos os canais *SIC*: programas estrangeiros, telenovelas e programas infanto-juvenis. O trabalho que desenvolvi ao longo dos seis meses de estágio esteve essencialmente ligado aos programas estrangeiros, que são também o tipo de conteúdos em maior quantidade no departamento. O “tratamento” deste tipo de conteúdos diz respeito a um conjunto de etapas pelos quais passam os programas, desde o momento em que são comprados pelo canal até ao momento em que são emitidos.

### **2.1 Programas Estrangeiros**

Qual é então o caminho percorrido por um programa estrangeiro desde que é comprado até ser emitido? Vejamos o exemplo de um programa estrangeiro, X, que é comprado à distribuidora Y e que será emitido no canal Z. Após a compra de determinado programa, e tratadas as questões legais adjacentes a este tipo de compra (questões ligadas ao número de vezes que o programa pode ser emitido e às datas em que estas emissões poderão ser realizadas, por exemplo), a equipa de Produção de Emissão faz a monitorização do envio/recepção dos suportes originais (*masters*) que são enviados pelas distribuidoras para a *SIC*. Este envio é feito na maioria dos casos por uma de três vias: cassete (Betacam Digital de 32, 64 ou 124 minutos), ficheiro digital via download (enviado com recurso a plataformas online dedicadas) e ficheiro digital via suporte físico (normalmente em discos duros que são enviados por correio).

Enquanto os suportes são pedidos, e enviados para a *SIC*, os programas comprados são adjudicados a empresas externas que irão legendar/dobrar os mesmos e depois gravá-los no suporte atualmente usado pelo canal para emissão, a cassette (*Betacam Digital*).

Assim que os programas começam a chegar à sede da *SIC*, em Carnaxide, a equipa dá entrada dos materiais no sistema (*G-Media*), faz a organização dos mesmos e o envio destes para as empresas de legendagem/dobragem. Ao mesmo tempo são, na maioria dos casos, descarregados, através dos sites das distribuidoras, os *scripts* que vão auxiliar o processo de legendagem ou dobragem dos programas e que são também enviados para as empresas anteriormente atribuídas. Mas nem todos os programas são acompanhados por um *script*, o que vai ter influência no custo final da tradução. Um programa acompanhado de um *script* vai ter uma tradução mais barata em relação a um programa que não tem qualquer suporte para auxílio do tradutor. Juntamente com os suportes originais são enviadas, para essas empresas, cassetes vazias e prontas para gravar com as versões legendadas/dobradas dos programas. A gestão desse tipo de suportes para gravação é também feita pelo departamento de Produção de Emissão, que trata da encomenda, levantamento e envio regular das quantidades de cassetes necessárias para dar resposta ao trabalho por parte das empresas de legendagem/dobragem. Essa gestão de suportes é feita diretamente com o departamento de Planeamento e Logística de Emissão.

Depois de legendados/dobrados os programas, as versões originais regressam à *SIC* (no caso dos suportes físicos) já acompanhadas de uma cassette que contém a versão legendada/dobrada. Os programas são recebidos e organizados por canal e dá-se então o processo final do tratamento: o visionamento dos conteúdos e edição para correção de eventuais falhas a nível técnico ou de legendagem/dobragem. Nesta fase, os programas são também segmentados de acordo com o que cada um dos canais necessita, ou seja, são divididos em partes para que se possam introduzir os espaços publicitários quando o é necessário. Depois de visionados os programas estes seguem um de dois caminhos. Se estiverem em conformidade com os critérios técnicos de emissão do canal, sem falhas de vídeo/áudio e corretamente legendados/dobrados, dá-se a entrada do suporte em sistema para que os vários departamentos tenham acesso à lista de programas tratados e prontos a emitir. É criada também uma ficha técnica e um registo magnético de vídeo que acompanha a cassette e que contém

informações como o título do programa, o título e número do episódio em questão, o *timecode* de entrada e saída do mesmo (com anotação dos tempos de segmentação, quando necessário) e ainda o nome e assinatura do técnico que tratou do programa. Depois disto, o suporte é entregue no Planeamento, o departamento que recebe os programas e os encaminha para a Continuidade onde são emitidos. Caso os programas não respeitem os critérios mencionados anteriormente, o que acontece com bastante frequência, os programas são editados de forma a fazer com que possam ser emitidos. São várias as razões que levam os programas a serem editados: erros nas legendas e falhas ao nível da imagem e do som são os principais motivos. Quando estas situações ocorrem, a equipa de Produção de Emissão procede à correção das mesmas recorrendo a equipamentos que permitem a edição diretamente na cassette ou devolvendo o programa à empresa encarregue da tradução/legendagem. Quando o programa é devolvido à empresa de tradução/legendagem, a pessoa responsável pelo tratamento desse mesmo programa na SIC, contacta a empresa em questão e trata diretamente de questões práticas de levantamento dos suportes e prazos para entrega das correções.

Atualmente, e visto que os programas estrangeiros ocupam grande parte das grelhas dos canais temáticos da SIC, principalmente, o canal trabalha com várias empresas para este efeito. A isto se deve também o facto de a equipa de Produção de Emissão contar com vários elementos, uma vez que são tratadas diariamente dezenas de horas de programas estrangeiros, telenovelas e programas infanto-juvenis.

## **2.2 Programas Infanto-juvenis**

Os programas infanto-juvenis passam também por um processo semelhante ao dos programas estrangeiros. No entanto estes são maioritariamente dobrados, ao contrário dos chamados “estrangeiros” que são quase sempre legendados. Desta forma, as empresas com as quais a SIC trabalha, para o tratamento deste tipo de programas, são diferentes pois especializam-se mais na dobragem.

O tratamento de programas infanto-juvenis está assegurado por Ricardo Gonçalves que, para além desta função, é também coordenador do departamento de Produção de Emissão. Este tipo de programas requer uma espécie de secção própria uma vez que a SIC, para além dos conteúdos infantis que passa nos canais SIC e SIC K,



está também responsável pela produção de conteúdos para o canal angolano *DSTV Kids*, cuja programação é feita também por Ricardo Gonçalves. O mesmo trata também das questões relacionadas com a dobragem de todos os conteúdos para o *DSTV Kids* e de alguns dos conteúdos infanto-juvenis da *SIC* e *SIC K* (aqueles que são comprados sem dobragem).

## **2.3 Telenovelas**

No caso das telenovelas, sejam produzidas diretamente para a *SIC* ou compradas a produtoras estrangeiras, estas passam por um processo um pouco diferente. Depois de serem encomendadas a uma produtora, que produz diretamente para a *SIC* (normalmente a *SP Televisão*), ou compradas a uma distribuidora, e ultrapassadas as questões legais, elas passam sempre por um processo de edição linear. A *SIC* recebe este tipo de conteúdos em versões bastante longas que são editadas de forma a dar origem a vários episódios. Ou seja, uma Betacam enviada pela produtora da telenovela pode dar origem a mais que um episódio, consoante a duração necessária para o episódio nesse dia. Os episódios resultam da edição linear que é feita na Produção de Emissão e que obedece, em termos de duração, a um tempo definido diariamente pelo departamento responsável pela grelha de programação do canal em que esse mesmo episódio será emitido. Isto para que cada episódio seja feito à medida do tempo disponível, em cada dia, e que varia consoante a duração dos programas emitidos antes e depois do episódio.

## **3. Funções que Desempenhei**

O meu dia a dia na sede da *SIC* começa sempre da mesma forma. Por volta das 9h30 chego à estação de Carnaxide, levanto qualquer encomenda que estiver à espera de dar entrada no nosso departamento (novos programas, em diversos suportes, que chegam das distribuidoras, programas já legendados ou dobrados pela empresa a que foram atribuídos e programas já vistos e enviados de volta para serem corrigidos). Dirijo-me para a zona do edifício onde opera a Produção de Emissão e organizo as encomendas por salas. As encomendas são abertas e organizadas da melhor forma: as correções de programas são entregues ao membro que as pediu, os programas recentemente legendados/dobrados organizados por canal para serem revistos pela

pessoa responsável; e as *masters* originais entregues ao responsável de materiais para dar a entrada em sistema e enviar para as empresas de legendagem/dobragem, quando necessário. Depois disso, no gabinete onde trabalhei durante a maior parte do estágio, ligo o computador e os leitores/gravadores de Betacam Digital para começar a ver, e editar quando necessário, os programas que chegam da legendagem/dobragem. É necessário consultar o email profissional para tratar de questões mais urgentes e resolver assuntos pendentes.

Imprimidas as grelhas de programação da semana atual, e seguintes, verifico quais os programas que vão estreiar brevemente e, em seguida, pego no programa em questão, sempre em cassete Betacam Digital, para começar o visionamento. Depois de visionado o programa é hora de fazer a segmentação do mesmo, ou seja, dividir o programa em partes para que se possam fazer os intervalos. Esta segmentação é virtual, se assim lhe quisermos chamar, porque o programa não é efetivamente dividido. Apenas indicamos os *timecodes* de entrada e saída, das várias partes, para que depois, na emissão, o programa comece e pare nos tempos por nós indicados. Esta indicação é deixada nas fichas técnicas que preenchemos, imprimimos e anexamos ao suporte físico, a cassete, para que a Continuidade, o departamento que assegura a continuidade da emissão dos vários canais *SIC*, saiba o exato momento em que começa e termina o programa e as várias partes que o constituem.

Quando, por exemplo, o programa tem um chamado *drop* áudio ou vídeo, situação que acontece com alguma frequência, procedo à sua correção. Esta correção é feita diretamente na cassete e com recurso à *master* original do programa. Usando um leitor e um gravador Betacam Digital uso a versão original do programa para copiar o excerto danificado na cópia legendada e corrigi-lo. Por vezes, é também necessário aumentar ou diminuir os níveis de áudio para se adequarem ao definido como norma de emissão da estação, por exemplo. Quando o erro não é técnico mas sim de legendagem, trato de contatar a empresa responsável por esse trabalho e solicitar a correção do mesmo. Este contacto, e respectiva correção, assume diversas formas consoante a empresa em questão ou a urgência da correção. Se o programa em questão estreiar muito brevemente por exemplo, a empresa pode optar, como forma de agilizar o processo, por enviar uma nova cassete apenas com o excerto em questão já corrigido e depois eu próprio trato de fazer a correção através de um processo de

edição em Betacam. Isto porque, desta forma, o suporte físico não tem de ir para a empresa em questão e voltar mais tarde à SIC; recebemos apenas a correção e esta é efetivada por nós. Caso faltem alguns dias para a estreia, ou mesmo se o programa em questão não estiver ainda com data de estreia, então o suporte é enviado para a empresa que vai analisar as nossas indicações e efetuar as correções pedidas. Este envio/recepção de programas entre a SIC e as empresas de legendagem é feito de diferentes formas. Há empresas que acedem diretamente à sala de tratamento de programas estrangeiros e fazem a entrega/levantamento de programas; outras fazem esta troca de suportes na recepção da estação; e há ainda alterações que se processam dentro da SIC, como é o caso daquelas que são feitas a programas legendados pela *SPELL*, empresa sediada dentro do edifício da SIC, em Carnaxide. A *SPELL* trata da legendagem de programas que chegam à SIC pouco tempo antes de serem emitidos. O programa *Extra* é um bom exemplo disso. Este programa, emitido na SIC Caras, é um magazine diário produzido pela Warner Bros. e que, por ser um programa sobre a atualidade, é emitido em Portugal poucos dias depois da sua estreia nos EUA. Isto quer dizer que há um curto espaço de tempo para se tratar da receção do programa, envio para a empresa de legendagem, tratamento (e possíveis alterações) e entrega no departamento de Planeamento de Emissão. Ter uma empresa sediada no próprio edifício da SIC permite que este e outros programas sejam legendados e corrigidos muito rapidamente, porque a empresa está em contacto direto e regular com o nosso departamento e não há a necessidade de envios/recepções demoradas. As galas de prémios americanas, como os *Oscars* por exemplo, que são emitidos num dia nos EUA e no seguinte em Portugal são bons exemplos de programas que têm de ser tratados muito rapidamente e que, por vezes, obrigam a equipa a trabalhar num horário menos convencional. Outros programas diários, como o *talk show* da famosa apresentadora americana Ellen Degeneres, não necessitam de tanta rapidez uma vez que, apesar de serem diários, são emitidos pela SIC Mulher mais de um ano depois de estrearem nos EUA.

Uma vez corrigidos, os programas voltam ao nosso departamento. Recebo os programas, verifico as correções e prossigo com a fase final do tratamento. Uma vez segmentados os programas, e devidamente preenchidas as fichas técnicas, estes, já

inseridos em sistema, são enviados para o departamento seguinte, o Planeamento e Logística de Emissão, que por sua vez os faz chegar à Continuidade.

Durante o estágio desempenhei funções com o mesmo grau de responsabilidade de vários colegas do departamento e estive plenamente envolvido nos assuntos do mesmo. Tive a meu cargo o tratamento de diversos programas, dos vários canais, entre eles: *O Sócio Maioritário*, *Quatro Salas Quatro Escolhas*, *Dating Naked* e *Rebocado e Recuperado*, da SIC Radical; *Four Senses*, *As Viagens do Veterinário de Bondi*, *Hotel para Cães*, *America's Got Talent* e *The Ellen Degeneres Show*, da SIC Mulher; *Os Fantasma das Celebridades*, *Por Um Fio* e *Cantando e Dançando como nos Filmes*, da SIC Caras.

Para além dos programas estrangeiros, acabei por me envolver também no tratamento de programas infanto-juvenis, se bem que em muito menor quantidade. Para esta área, tratei de programas como *Phineas e Ferb*, *Violetta* e *Zip Zip*, emitidos no canal *SIC K* e na *SIC* generalista.

## Capítulo III - Os Estudos Televisivos

### 1. Enquadramento Teórico

A questão da análise da programação televisiva no nosso país é ainda um fenómeno bastante recente e que carece de obras publicadas. Esta carência de estudos sobre televisão e a sua programação, deve-se, em parte, ao facto de muitos investigadores estarem reticentes quando ao estudo da mesma, isto porque “uma das críticas historicamente mais repetidas acerca da TV é a da sua falta de qualidade, não só quanto às narrativas e qualidade dramática da sua ficção, mas também a respeito da sua visualidade, da sua estética” (Torres, 2011, 26). Para além disso, e no caso do nosso país, até há relativamente pouco tempo o estado detinha o controlo total da televisão, através do império *RTP* que durou cerca de 35 anos. Mas nem só em Portugal o monopólio do serviço público de televisão se fez sentir. Este foi, segundo Francisco Rui Cádima, o grande responsável pela massificação do meio em toda a Europa, à exceção do Reino Unido. Foi também neste contexto de televisão monopolizada que a sua popularidade cresceu e alcançou grandes audiências nacionais que, até então, tinham a atenção direccionada para a rádio, afirma o autor

em *Proto e Pós-televisão. Adorno, Bourdieu e os Outros – Ou Na Pista da «Qualimetria»*. No mesmo artigo, o autor distingue ainda dois conceitos fundamentais para o enquadramento do estudo do fenómeno televisivo: proto e pós-televisão. Neste trabalho, Francisco Rui Cádima reflete sobre o contributo de vários autores, como Adorno, Bourdieu e McLuhan, por exemplo, para enquadrar a passagem da proto-televisão, período em que aconteceu a massificação do meio, à pós-televisão que cada vez mais se afirma “como uma televisão para públicos mais diversificados, rompendo progressivamente com um modelo cristalizado de programação que a televisão generalista construiu ao longo de décadas e do qual ainda não se separou.” (Cádima, 2006).

Em Portugal, só em finais de 1992 e inícios de 1993, com o aparecimento dos canais privados, emitidos em sinal aberto, é que a estação pública sentiu a verdadeira necessidade de repensar a programação para fazer face à concorrência. A concorrência que, até aos dias de hoje, tem sido a verdadeira impulsionadora do pensamento crítico sobre as opções de programação dos canais de televisão em Portugal. Mas nem só entre si competem os canais generalistas. O aparecimento da televisão temática, que se deu em 1998 com a *Sport TV*, fez com que se multiplicassem os canais de televisão por cabo e que cada público pudesse encontrar exatamente aquilo de que mais gosta. O facto de surgirem canais dedicados a determinado assunto, como a *Sport TV* se dedica ao desporto, fez com que as televisões generalistas necessitassem de uma estratégia de programação capaz de ser ampla o suficiente para atrair a atenção de vários grupos de espectadores sem deixar de ser específica o suficiente para manter o interesse dos mesmos.

Neste capítulo irei expor alguns dos principais contributos académicos para o tema dos estudos televisivos, nomeadamente sobre a programação. Começarei por apresentar um pouco sobre o estudo da programação em Portugal e a reexportação do modelo americano de televisão e, de seguida, farei um enquadramento geral dos possíveis caminhos a seguir. Este enquadramento, composto pelo contributo de vários autores especialistas da área, mostra várias possibilidades de exploração no campo dos estudos televisivos.

### **1.1. A análise da Programação Televisiva em Portugal e a Reexportação do Modelo Americano de Televisão.**

“Telenovelas brasileiras, desafios de futebol e programas de humor: são (...) os ingredientes que empurram as estações de televisão para o top das audiências.” (Lopes, 2000). Esta ideia, defendida por Felisbela Lopes no ano de 2000, é ainda hoje muito atual. Prova disso é a forte aposta dos canais generalistas nesse tipo de conteúdos, especialmente a SIC que continua a apostar na ficção brasileira e influenciou o modo de programar dos restantes canais generalistas de televisão. Esta aposta, por parte do canal de Carnaxide, não é tão imparcial como se possa pensar uma vez que a Rede Globo teve grande impacto na criação e desenvolvimento do canal.

Helena Sousa colocou, em 1998, na comunicação apresentada na Conferência Científica da *International Association for Mass Communication Research*, em Glasgow, a questão da reexportação do modelo americano de televisão para o Brasil e, mais tarde, para Portugal. Nesta comunicação, resumida e editada mais tarde sob a forma de artigo, a autora reflete sobre o impacto que o grupo americano *Time-Life* teve na implementação e rápida expansão da rede *Globo* no Brasil. Os dois contratos celebrados entre o gigante americano e o grupo brasileiro, nos anos 60, permitiram uma transferência de capital e informação privilegiada sobre métodos de gestão televisiva que levaram a Globo a dominar o mercado audiovisual brasileiro em apenas 5 anos, entre 1962 e 1967. Nos anos 70, o canal começou a ponderar a hipótese de exportação dos seus produtos culturais e surgiram então dois mercados “naturais” para estes: o latino-americano, já grande consumidor deste tipo de conteúdos televisivos; e o português, devido a uma clara proximidade cultural entre os dois países. “A exportação para o mercado latino-americano parecia mais complexa, na medida em que exigiria promoção, dobragem ou tradução e haveria ainda a necessidade de enfrentar a competição de uma outra produtora de novelas, a rede mexicana de televisão, *Televisa*. Pelo contrário, em Portugal não havia competição nem barreiras linguísticas” (Sousa, 1998). O sucesso da telenovela *Gabriela*, que a *Globo* vendeu à *RTP* em 1976, fez prever a popularidade do formato no nosso país e despertou também o interesse dos privados. Apesar da prévia tentativa falhada, por

parte da *Globo*, de investir em território europeu, com a compra da maioria da *Telemontecarlo*, e apesar de todo o receio num novo investimento, que poderia também não ter retorno, o canal brasileiro decidiu investir em solo europeu e fez parceria com a *SIC*, comprando 15% do canal mesmo antes de este ter recebido a licença por parte do estado. À *SIC* deu o capital e o *know-how* necessários, tal como os recebera por parte da *Time-Life*. Estava instalada então uma parceria de sucesso que veio fazer da *SIC* a televisão líder em Portugal e um forte meio de divulgação de conteúdos brasileiros, nomeadamente as telenovelas que ainda hoje são uma forte aposta do canal e registam excelentes resultados. “As telenovelas foram, desde sempre, entendidas como o grande trunfo de uma estratégia de programação que visasse a maximização das audiências em Portugal” (Sousa, 1998). O próprio facto de a *SIC* ter conseguido, em 1994, um contrato de exclusividade com a *Globo*, que antes vendia também telenovelas para a *RTP*, fez com que a estação de Carnaxide fosse, pela primeira vez, líder de audiências em Portugal no ano em que esse contrato começou, 1995. Segundo Helena Sousa, “o “modelo Globo” - originalmente baseado no modelo americano de televisão - teve, efetivamente um impacte considerável na criação e no desenvolvimento do “modelo *SIC*”. A *SIC*, por sua vez, influenciou todo o sistema televisivo português. As estratégias de programação adoptadas por este canal davam resultados, em termos de audiências, e as outras estações adoptaram frequentemente lógicas de imitação ao nível de produtos e de programação” (Sousa, 1998).

As telenovelas desempenham, de facto, um papel muito significativo no panorama audiovisual português e despertaram o interesse de alguns estudos sobre a sua produção e importação. Eduardo Cintra Torres e Catarina Duff Burnay, investigadores na área das Ciências Sociais e Humanas, chamam a atenção para alguns dados interessantes sobre o espaço que as telenovelas ocupam em Portugal, no artigo *A Telenovela em Portugal: Estreias, Importação e Exportação (1993-2012)* onde analisam dados quantitativos sobre quase 20 anos de programação em Portugal. Através de dados fornecidos pelas *Marktest/Kantar Media*, única empresa que desenvolveu audimetrias sem interrupções neste período, os investigadores compararam diferentes resultados que colocam em evidência a evolução das telenovelas na televisão portuguesa.

Em Portugal estrearam, em apenas 20 anos, 323 telenovelas nos quatro canais em sinal aberto (*RTP1, RTP2, SIC e TVI*) sendo que a *SIC* foi a responsável por 132 dessas estreias. Das 323 telenovelas emitidas em Portugal, 183 eram de origem brasileira, 95 de origem portuguesa e 45 de origem americana. Isto significa que, nos últimos 20 anos, 70,6% do total de telenovelas emitidas em Portugal foram produzidas no estrangeiro sendo que 55% vêm do Brasil. Contudo, e segundo os dados analisados pelos autores, “em termos evolutivos, verificam-se, todavia, importantes alterações (...) A produção portuguesa de telenovelas mais do que duplicou da primeira para a segunda metade do período, passando de 27 para 68, o que representa um aumento de 150% e a afirmação e estabilização da indústria de produção deste género televisivo no país” (Torres, Burnay, 2014).

Também Francisco Rui Cádima, em “As Telenovelas em Portugal – História e Teoria do Género”, destaca o papel que as telenovelas têm no que diz respeito às audiências desde que estas apareceram na televisão portuguesa. O autor de “O Fenómeno Televisivo” defende que são as telenovelas as responsáveis pelo longo período de tempo diário que cada telespectador dedica à televisão, cerca de 4 horas em 1995. No artigo em questão, Cádima define a telenovela como “um dos géneros de maior sucesso junto das grandes audiências televisivas” (Cádima, 1995) e sublinha que estas são usadas pelos canais generalistas, não só públicos mas também privados, como forma de fidelizar os públicos. O autor reforça ainda algumas das críticas veiculadas sobre o género, salientando o facto de, por exemplo, mesmo com o passar dos anos a telenovela não conseguir superar, em termos narrativos, o formato original que herdou da radionovela; Uma representação dos problemas do mundo real, repetida à exaustão e com recurso a “um conjunto fechado de personagens e intrigas, centradas em geral sobre histórias que são outros tantos lugares comuns e temas universais (...) como o arrivismo, as triangulações mais ou menos perigosas, o ciúme, as dicotomias pobres/ricos, o viver fácil, a paixão ardente, etc.” (Cádima, 1995). Cádima reflete, no artigo em questão, sobre o impacto que o aparecimento da *SIC* e, mais tarde da *TVI*, teve na quantidade de telenovelas emitidas pela *RTP* e na promoção que o canal fazia às mesmas, chegando a fazer uso da *RTP 2* para tal. Refere também o facto de terem surgido novas estratégias de programação que resultaram da concorrência apertada impulsionada pelos privados e defende que o fenómeno



televisivo não deve ser estudado tendo apenas em conta as narrativas que usa mas também segundo o ponto de vista das estratégias de programação.

## **1.2. Diferentes Abordagens aos Estudos Televisivos**

Falando em estudos televisivos, existem vários caminhos que o investigador pode seguir de forma a obter um mais profundo conhecimento sobre este fenómeno. Diferentes autores defendem diferentes pontos de partida para enquadrar os estudos televisivos. Esses pontos de partida irão ajudar a delimitar o campo de investigação e a focar um aspecto mais concreto desta realidade.

John Corner (2003) abre um leque de possibilidades para o estudo deste fenómeno. Apresenta caminhos que veem a televisão de diferentes formas: como instituição, uma indústria com organizações particulares e que está sujeita a políticas governamentais; do ponto de vista da programação/realização, onde se analisa a cultura e as práticas profissionais que vão mudando ao longo dos tempos e que, segundo o autor, se podem comprovar através da análise das grelhas de programação, por exemplo; como fenómeno sociocultural, ou seja como um facto social que estrutura e é estruturado em relação à rede social; pela representação e forma, ou seja, conteúdo e a sua evolução, muitas vezes estudado com recurso a imagens de arquivo; e através do factor tecnológico, reconhecidamente determinante uma vez que a evolução dos meios tecnológicos alteram a nossa relação com a televisão a vários níveis. Para Cintra Torres existem três ângulos clássicos de abordagem a esta questão; os conteúdos, as instituições e as audiências, aos quais acrescenta a história da televisão e a tecnologia (Torres, 2011, 16). Felisbela Lopes (2009, 8) colocando a questão “Como estudar TV (...)?” apresenta três variáveis essenciais para delimitar fronteiras no que diz respeito aos estudos televisivos, são elas: o relacionamento de poder político com o audiovisual, onde destaca a importância da queda do monopólio público e a abertura da televisão ao sector privado; as inovações tecnológicas, ou seja, as questões técnicas que levaram ao desenvolvimento da televisão e alteraram para sempre a sua relação com o público; e os formatos/géneros televisivos, que surgem e se reformulam constantemente de forma a adaptar-se às necessidades dos públicos ou com o objectivo de tentar criar novas necessidades e “educar” o olhar do espectador.

A autora apresenta ainda outra variável a seguir nos estudos televisivos, a que procura na televisão traços mais estruturais e trans-históricos.

### **1.2.1 O Relacionamento com o Poder Político e com as Instituições**

O estado desempenha um papel fundamental na regulação e funcionamento dos meios de comunicação social e intervém “como instituição impulsionadora e organizadora das novas tecnologias e da sua transformação em novos meios de comunicação” (Murciano, 2006, 104). É a partir desta relação que Umberto Eco (1985) desenvolve dois modelos distintos de televisão, Paleo-TV e Neo-TV. A Paleo-TV diz respeito ao tempo em que o estado e a televisão estavam estritamente ligados pela censura que o primeiro exercia sobre o segundo. A televisão era “submetida à censura e concebida para um público ideal, moderado e católico” (Eco, 1986, 121-129). Com a abertura do espaço televisivo aos privados, o que na Europa se verifica na década de 80 (e no caso de Portugal em 1992 com o nascimento da *S/C*), surge o conceito de Neo-TV. Os canais generalistas, em sinal aberto, e os canais temáticos começam a emergir e dá-se uma verdadeira revolução da “caixa mágica” que se propaga por toda a Europa nos 15 anos seguintes.

### **1.2.2 A Vertente Tecnológica**

Outra forma de abordar os estudos televisivos é através da análise da tecnologia associada à televisão. É importante perceber em que medida é que a sua evolução tem impacto na forma de fazer e consumir televisão. “A evolução do audiovisual é, a este nível, pensada em função das inovações tecnológicas que impõem outras formas de dizer e mostrar a realidade” (Lopes, 2009, 8). Na era da Paleo-TV, o espectador não tinha opção; era mero sujeito passivo da mensagem formatada com a qual não tinha qualquer forma de interação. A Neo-TV deu ao espectador a capacidade de intervenção, em direto, no conteúdo televisivo e deu-lhe a muito importante opção de escolha. A evolução tecnológica veio potenciar a emancipação do espectador que, pela primeira vez, tinha ao seu dispor uma variedade de canais aos quais podia aceder e compreender, de uma forma mais fácil e rápida, as suas mensagens.

### 1.2.3 Os Conteúdos e Programação

O investigador pode optar também por seguir a vertente da análise da programação. Ou seja, a escolha do tipo de programas emitidos e as estratégias pensadas para emissão dos mesmos, nomeadamente no contexto de uma grelha de programação. Esta é, de todas, e tal como referi anteriormente, aquela que tem mais interesse para este relatório de estágio por estar relacionada com o tema da mesma. Por programação televisiva podemos entender, "o conjunto de programas transmitidos por uma rede de televisão" (Souza, 2004, 54).

Tal como referi anteriormente, e como voltam a dar ênfase, em 2007, Felisbela Lopes e Sara Pereira, os estudos sobre a programação em Portugal são ainda escassos, por alguns dos motivos que referi no início deste capítulo. Os estudos sobre este tópico são ainda muito pontuais e são, na sua maioria, desenvolvidos no âmbito de teses de mestrado e doutoramento. As autoras, no seu artigo *Estudos Sobre Programação Televisiva: os Programas de Informação e os Conteúdos para a Infância*, fazem, para além de uma reflexão sobre os conteúdos informativos e para a Infância, uma abordagem ao estado dos estudos sobre a programação em Portugal e chegam à conclusão que a falta de investigação académica se deve sobretudo ao facto de as televisões não terem uma política de arquivo nem uma abertura capaz de suscitar o interesse no desenvolvimento desta. Apesar disto, Felisbela Lopes e Sara Pereira chamam a atenção para alguns dos maiores contributos europeus para o tema. Entre eles destacam, por exemplo, o papel fundamental do sociólogo britânico Raymond Williams que é considerado o fundador do pensamento contemporâneo sobre a programação.

O consumo de conteúdos de comunicação era, antes da radiofusão, visto como um ato individual e independente de outros. "As pessoas liam um livro, um panfleto ou um jornal, assistiam a uma peça de teatro, a um concerto, a uma reunião ou a um jogo, com uma expectativa ou atitude predominantemente individualizada" (Williams, 1975, 88). As primeiras emissões de televisão acompanharam essa tendência; as grelhas eram, na sua maioria, aglomerados de programas soltos e sem conexão. Williams defende que "a televisão contemporânea não se produz pelo funcionamento dos diversos programas singulares que compõem o quadro geral da programação, mas pelo conjunto de todos os programas, pelo fluxo contínuo de imagens e sons" (Lopes,

Pereira, 2007). O autor britânico apresentou o conceito de “fluxo contínuo de televisão” que abriu novas possibilidades de estudo académico sobre o tema uma vez que deixa de se concentrar na análise individual dos programas e passa a vê-los como um todo. “Houve uma alteração significativa do conceito de sequência como *programação* para o conceito de sequência como *fluxo*” (Williams, 1975, 89). A verdade é que a emissão de televisão continua, hoje em dia, a ser composta por uma série de programas individuais, mas a experiência de “ver televisão” é agora mais inclusiva porque o espectador assiste a um “um fluxo planeado” que segue uma lógica pensada pelo programador. O facto de este tipo de pensamento, de Williams, ter surgido tão precocemente, se podemos dizer assim, face ao que se fazia na Europa na altura, deve-se ao facto de o autor estar inserido numa realidade onde o fenómeno da televisão surgiu desde muito cedo. O autor estudou a realidade britânica e norte-americana onde a televisão surgiu precocemente pela mão de agentes privados, ao contrário do que aconteceu na restante Europa. Isto fez com que logo desde início a forte concorrência entre canais obrigasse a uma escolha mais cuidada em termos de programação e, conseqüentemente, se abrissem portas para o estudo deste fenómeno. Ora, como visto anteriormente, o facto de a televisão portuguesa, e não só, ter iniciado com um monopólio estatal fez com que a concorrência não existisse durante muitos anos, 35 no caso português, o que foi uma forte entrave à preocupação com a análise da programação e, como tal, faz deste um fenómeno relativamente recente não só em Portugal, mas também em muitos outros países da Europa.

O conceito de “palimpsesto”, retomado pela italiana Nora Rizza, foi também merecedor de análise por parte das autoras de *Estudos Sobre Programação Televisiva: os Programas de Informação e os Conteúdos para a Infância*. Este conceito, que faz uma comparação da programação televisiva com o ato levado a cabo pelos copistas medievais de raspar o caro pergaminho para nele voltar a escrever, foi usado pela autora italiana para falar da programação televisiva como uma série de programas dispostos sucessivamente, num determinado período de tempo, seguindo uma certa lógica. “Combinando informações técnicas do trabalho do programador com outras relacionadas com as rotinas de produção, a autora conclui que a natureza do “palimpsesto” televisivo está condicionada por factores tão diversos como os recursos

económicos da estação, a audiência prevista, a imagem e a identidade do canal, a oferta da concorrência, a possibilidade de produção ou a aquisição dos conteúdos” (Lopes, Pereira, 2007).

As autoras deste artigo chegam a uma conclusão, na minha opinião, muito interessante. Elas acreditam que os factores tecnológicos não foram os únicos responsáveis pela mudança que se verificou no modo como se processa a programação televisiva. Segundo elas, as mutações económicas, políticas, sociais e culturais estiveram também relacionadas com esta mudança, uma vez que a valorização de determinados horários, como o horário nobre por exemplo, não pode ser vista como uma escolha do programador mas antes como algo que resulta da alteração das formas de viver das sociedades. Factores como o emprego, o lazer e os horários em que, por norma, a maioria do público os pratica, influenciam o tempo que as pessoas têm para dedicar à televisão. Desta forma, e atendendo a estas mesmas condições, o programador acaba por condicionar as suas escolhas em prole de uma estratégia capaz de captar a atenção de vários públicos e satisfazer as suas necessidades.

Na vizinha Espanha o estudo da programação televisiva merece maior atenção. Mariano Cebrian Herreros foi um dos primeiros académicos a teorizar sobre a programação e merece também um lugar no artigo de Felisbela Lopes e Sara Pereira. Numa fase inicial, o autor vê a programação como “uma obra que se reparte em várias emissões e cada uma destas em vários programas, cada um dos quais pode ter, por sua vez, vários cortes” (1978, 164) mas, mais recentemente, acaba por considerar o trabalho de programar algo engenhoso. Felisbela Lopes e Sara Pereira fazem referência aos dois capítulos de *Introducción al Lenguaje de La Televisión. Una Perspectiva Semiótica*, e ainda a *Em Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación*. Neste último, Herreros defende aquilo que temos visto até agora, “a competitividade (entre as estações) levou ao desenvolvimento de estratégias tão complexas que se chega a falar de engenharia de programação” (Lopes, Pereira, 2007).

Referem também outros contributos, entre eles: o de Jesus González Requena, para quem a grelha televisiva é uma unidade discursiva superior àquelas que contém e que consegue submeter tudo o que agrega à sua lógica; e o de José Angel Cortés, que

vê a programação como um meio para conseguir atenção de um público, convertê-lo em audiência e, dessa forma, gerar receitas provenientes da publicidade que, como sabemos, é um dos principais motores financeiros das estações de televisão. Este último, professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra, apresenta também o conceito de “especificidade editorial” que é, para ele, a “vontade de caracterizar ou de diferenciar o próprio canal em relação aos outros”. Para tal contribuem então três elementos, segundo o autor: a “filosofia da programação”, que determina os aspectos que dão forma à ideia do projeto; a “linha editorial”, que define os critérios a seguir; e a “imagem de canal”, que é o resultado estratégico das ideias anteriores, contrastadas com um mercado competitivo.

Vários teóricos adoptaram uma perspetiva que vê a oferta televisiva como um conjunto de elementos específicos, os programas, inseridos num macrodiscrso global, a grelha. Esta ideia da continuidade e fragmentação, dois níveis aparentemente contraditórios, como o dizem Felisbela Lopes e Sara Pereira, é a base da teoria de outros académicos. As autoras chamam a atenção para o contributo de Jean-Pierre Esquenazi (1996) que se refere à programação de televisão como a “edificação de uma continuidade por hiper-fragmentação” (1996: 63).

Este conceito é bastante importante para compreender a programação televisiva uma vez que, apesar de reconhecer a cadência de cada programa, aceita-se que cada elemento que constitui uma grelha de televisão garante a identidade do canal. Não devemos analisar as mensagens televisivas apenas com base naquilo que é emitido num determinado momento mas devemos antes inseri-lo num contexto e prestar atenção ao conjunto de programas em que está alinhado; no todo da grelha televisiva. Esta grelha, através do conjunto de programas que a constitui, é uma unidade que se pretende ser suficientemente equilibrada e diversificada de acordo com a natureza do canal e de modo a captar a atenção do público ao qual se dirige.

Não podia deixar de referir um dos destaques mais importantes no artigo de Felisbela Lopes e Sara Pereira, *Estudos Sobre Programação Televisiva: os Programas de Informação e os Conteúdos para a Infância*, a distinção entre programação federativa e programação compósita, conceito apresentado por Dominique Mehl em *La Fenêtre et le Miroir: la Télévision et ses Programmes*. Para a autora francesa, a programação televisiva deve ser abordada com base na distinção destes dois conceitos. A

programação federativa corresponde, segundo Mehl (1992), ao “*grande público pluricultural*” e tem como objectivo chegar, a todas as horas, ao maior número de público possível. Por outro lado, a programação compósita visa chegar a um público de cada vez, através de temas e géneros diferentes, pensados para determinados momentos específicos. Ao contrário do que acontece com a programação federativa, em que o público influencia a escolha do programador, que atende aos desejos do mesmo, a programação compósita tenta chegar a vários públicos através de uma cuidada seleção de programas que é feita pelo próprio programador segundo critérios que não a óbvia vontade do público, entre eles a novidade, a qualidade e o interesse. As autoras realçam o impacto decisivo que a publicidade tem na programação federativa e refletem sobre o facto de a programação compósita se preocupar mais com a audiência e a imagem do canal.

O modelo de programação federativa parece ser aquele que representa melhor o modelo generalista de televisão; “todos os tipos de telespetadores a todos os instantes, o maior público a todo o momento, parece ser a montagem mais adequada ao conceito de televisão generalista de massa” (Mehl, 1992:170). Dado que, como já vimos, a concorrência entre os canais de televisão, nomeadamente no nosso país, é uma forte motivadora das escolhas de programação, acabamos por assistir a um modelo de programação federativa adoptada pelas televisões generalistas como forma de juntar o maior público possível e, dessa forma, arrecadar a maior fatia do bolo publicitário. Caminhamos assim para uma uniformização do panorama audiovisual, dado que os diversos canais apostam em conteúdos semelhantes em horários semelhantes, uma vez que disputam a atenção do mesmo público. No caso português, por exemplo, assistimos, no horário nobre, a uma fortíssima aposta em telenovelas; outro exemplo desta standardização de conteúdos é a aposta nos programas de música popular que marcam presença assídua, nas tardes de fim de semana, dos canais generalistas.

#### **1.2.4 Os públicos**

O estudo dos públicos, enquanto receptores do conteúdo televisivo, é outro dos possíveis caminhos a seguir pelo investigador. Este pode optar pela análise do comportamento das massas, enquanto audiências, e retirar conclusões importantes

para perceber as relações que se estabelecem entre o seu comportamento e as escolhas feitas pela televisão ao nível da programação. “Para completar a definição de TV, é preciso atender às audiências, à sua poderosa influência sobre os conteúdos e sua medição (Torres, 2011, 31). As audiências resultam da agregação de indivíduos, telespectadores, em determinados grupos com características semelhantes no que diz respeito ao consumo televisivo. Apesar de terem início nos anos 30 do século XX, nos Estados Unidos da América, os estudos das audiências desenvolveram-se principalmente nos anos 70 motivados pelos avanços tecnológicos que permitiam o acesso a resultados mais precisos.

## **Capítulo IV - O Espaço da Produção Estrangeira no Panorama Televisivo Português: o Caso Dos Canais Temáticos SIC**

### **1. Metodologia**

A vertente de investigação deste relatório tem como principal objetivo compreender qual o espaço que as produções de televisão estrangeiras ocupam no panorama audiovisual português, nomeadamente no caso dos canais temáticos SIC. A escolha deste tema está intimamente ligada às atividades que desenvolvi ao longo do estágio no canal, uma vez que trabalhei diariamente com responsáveis pela programação dos diversos canais temáticos da SIC e tive acesso diário às grelhas de programação de todos os canais da estação. Tendo também lidado com centenas de horas de programação estrangeira, tive a oportunidade de adoptar uma visão mais detalhada sobre o tipo de programas transmitidos, o país de origem dos mesmos e o canal para o qual foram escolhidos (uma vez que cada canal tem um público diferente com diferentes necessidades). Para além disto, é, na minha opinião, bastante pertinente perceber qual é o espaço deste tipo de produções junto das televisões nacionais: porque é que se opta por comprar determinados formatos estrangeiros; que relação tem determinado formato com o público do canal em que será emitido; qual a relação entre a compra de determinado formato e o país ou região em que este foi produzido, por exemplo.

Após várias pesquisas, e já dentro do período de estágio, refleti sobre o tema escolhido e decidi formular uma questão de partida clara, exequível e pertinente que



servirá como fio condutor deste relatório de estágio. Uma questão que me permita investigar sobre um determinado aspecto do tema e que me faça evitar seguir um caminho demasiado vago ou pouco exequível.

Cheguei então à seguinte questão de partida: **Em que medida está a avançar o volume de programas estrangeiros nos canais SIC?**

Para o enquadramento desta questão, e para obter uma visão geral sobre o tema, recorri a uma série de processos de exploração de informação que me ajudaram a construir hipóteses para a questão de partida. Recorri então a leituras de livros, teses, artigos, revistas científicas e relatórios técnicos sobre o tema; a entrevista exploratória com um especialista, de forma a ter um contacto mais direto com a realidade a abordar e de forma a perceber o que motiva determinadas escolhas. Tive a oportunidade de falar com Pedro Boucherie Mendes, diretor geral do canal *SIC Radical* e diretor coordenador de conteúdos dos canais temáticos da SIC. Recorri ainda à análise das grelhas de programação da estação, de forma a retirar conclusões mais objectivas que possam dar resposta à questão de partida.

## 2. Questões de Partida

A questão de partida, a partir da qual se desenrola este relatório, pretende afunilar a reflexão sobre o espaço que ocupam as produções estrangeiras nas grelhas de televisão portuguesas. Esta deve, tal como qualquer boa questão de partida, limitar o campo de investigação de forma a não correr o risco de a tornar demasiado ampla e, de certa forma, vaga.

Pretendo, neste trabalho e de acordo com a terminologia de Corner, seguir o caminho da análise televisiva do ponto de vista da programação, uma vez que é, para dar resposta à minha questão de partida, bastante pertinente analisar as grelhas de programação e perceber o ponto de situação da abrangência dos programas de televisão estrangeiros.

A questão de partida que guiará esta investigação, **Em que medida está a avançar o volume de programas estrangeiros nos canais SIC?**, visa perceber isso mesmo e contará com a ajuda de respostas a outras perguntas como: “Quais as principais características que definem o público alvo de um canal?” e “Em que medida a compra de programas estrangeiros está ligada às necessidades do público?”.

### **3. A Investigação**

#### **3.1 Definição da Amostra a Analisar**

Para analisar a evolução do volume de programas estrangeiros emitidos nos canais *SIC*, e o espaço que estes ocupam relativamente às produções nacionais, decidi focar-me apenas nos canais temáticos da estação. A minha escolha deve-se ao facto de o canal generalista não ser tão pertinente para esta análise, uma vez que mantém sempre um registo muito semelhante no que diz respeito à produção estrangeira que emite. Produções “não portuguesas” têm um lugar muito reservado no “canal 3” e são emitidas maioritariamente, e salvo raras exceções, ao fim-de-semana, feriados e madrugadas da semana. Os principais exemplos são: programas infanto-juvenis de animação estrangeira (dobrados para português) ao sábado e domingo de manhã; filmes e séries estrangeiras ao sábado e domingo à tarde e dias de semana durante a madrugada; e as tão famosas telenovelas brasileiras que ocupam ainda um lugar importante nos finais de tarde e horário nobre da estação (apesar de já se assistir a uma redução desta importação do formato brasileiro). É neste sentido, e visto que a *SIC Generalista* mantém uma espécie de rotina de programação de programas estrangeiros, que decidi então analisar o caso dos canais temáticos da *SIC*, nomeadamente a *SIC Mulher* e a *SIC Radical*.

Tratando-se esta de uma investigação menos ambiciosa do que seria de esperar de uma tese, devido ao facto de estar inserida num relatório de estágio, não me foi possível analisar todos os canais temáticos da estação nem tantas grelhas de programação como gostaria. Atendendo à dimensão desta investigação, e do tempo disponível para a levar a cabo, optei por analisar aqueles que são, a par da *SIC Notícias*, talvez os mais populares canais temáticos da *SIC*, *SIC Mulher* e *SIC Radical*. Para retirar conclusões objectivas sobre o espaço das produções estrangeiras nestes dois canais, reuni várias grelhas de programação (que me foram cedidas pelo canal) e fiz a análise de várias semanas de emissões.

Inicialmente, o meu objectivo era analisar 3 meses seguidos de programação, de cada canal, num determinado ano, mas rapidamente percebi que esta não seria a solução mais adequada. Em primeiro lugar, analisar 3 meses de um mesmo ano não

me iria dar uma perspectiva tão abrangente sobre a evolução da presença de programas estrangeiros por se tratar de um intervalo temporal muito reduzido e que dava pouco espaço a mudanças nas grelhas. Por outro lado, depois de começar a analisar as grelhas e a inserir os dados numa tabela de análise que eu próprio concebi (e que mais à frente apresentarei em detalhe), percebi que este processo era bastante minucioso e demoraria muito mais tempo que aquele que julgara inicialmente, o que viria a tornar a minha decisão inicial quase inexecutável.

Chegou então o momento de redefinir a estratégia e seguir outro caminho de análise, caminho que contornasse os problemas com os quais me deparei numa fase inicial desta investigação. Depois de perceber que de um mês para o seguinte, ou mesmo de uma semana para a próxima, as mudanças aconteciam de forma muito subtil e sem espaço para retirar conclusões significativas, decidi adoptar intervalos de análise maiores de forma a ver mudanças com mais impacto. Optei então por analisar o primeiro mês de 4 anos de programação (da *SIC Mulher* e da *SIC Radical*). Uma vez iniciada esta nova análise, percebi que da primeira para a segunda semana do mês, ou mesmo da segunda para a terceira ou quarta, a estrutura de programação adotada continuava a ser bastante semelhante. Muitos dos programas estavam agendados para emissão à mesma hora durante a semana, por exemplo. Decidi então que apenas a primeira semana de cada ano seria o período mais indicado para análise; atendendo também aos constrangimentos em termos de dimensão do presente relatório de estágio. Reorganizei toda a informação recolhida e dei início a uma nova análise. Desta vez a atenção recaiu sobre a primeira semana dos anos 2013, 2014, 2015 e 2016. Desta forma consegui obter dados de um período mais alargado e ter uma dimensão de amostra passível de ser analisada. No total foram analisados 1908 programas, a sua origem de produção e o género em que se inserem.

### **3.2 Grelha de Análise**

De forma a retirar de cada grelha de programação a informação pretendida e a organizar da melhor forma para retirar as conclusões necessárias, criei uma grelha de análise onde cada programa é inserido consoante determinado critério. A grelha em questão divide-se em 3 grandes categorias de análise: tipo de produção (nacional ou

estrangeira); continente de origem da produção; e género do programa (consoante os géneros estabelecidos pela SIC para a categorização dos seus programas).

Dentro das duas primeiras categorias, as mais importantes para as questões levantadas por esta investigação, os programas são ainda divididos por três fases do dia: manhã, tarde e noite. Entende-se por manhã, tarde e noite o período compreendido entre as 06h00/12h00, as 12h00/20h00 e as 20h00/06h00, respetivamente. Para efeitos de categorização dos programas nestes critérios têm-se em conta a hora de início dos mesmos. Sendo que, por exemplo, se um programa tem início às 11h45 e termina às 13h00, vai inserir-se na contagem de programas emitidos de “manhã”.

Em termos de quantificação dos programas, e conversão dos mesmos para os parâmetros da grelha de análise, esta é feita não só em unidades, mas também em minutos. Desta forma os resultados são mais credíveis, uma vez que não seria justo um programa de 60 minutos ser quantificado como uma unidade da mesma forma que um programa de 30 ou de 15 minutos. Mantive, no entanto, uma contagem por unidades para obtenção de resultados de outra natureza. A duração exata de cada programa não está disponível em grelha sendo que, para efeitos de contagem de minutos, se utiliza a duração estimada apresentada nas grelhas de programação, em blocos de 15 minutos.

No que diz respeito à terceira categoria, os géneros, esta contempla apenas a quantificação dos minutos de programação emitida, por dia, relativamente a cada um dos géneros que a SIC usa para classificar os seus programas. Estes géneros são usados pelo canal na elaboração das grelhas de programação, como forma de identificar o tipo de programas, e é neles que a terceira categoria de análise se baseia. Os géneros apresentados são: Comédia, Desporto, Documentários, Concurso/Entretenimento, Novelas, Filmes, Animação, Informação, Ficção, Magazine, Reality-Show e TalkShows.

### **3.3 Análise de Resultados - SIC Mulher**

Tal como referido anteriormente, foram analisadas as primeiras semanas de 2013, 2014, 2015 e 2016 de dois canais temáticos da SIC. A *SIC Mulher* foi um dos canais analisados por ser um dos preferidos do público, principalmente o feminino,

desde o seu nascimento, em 2003, e por ter um público alvo bastante diferente do associado ao outro canal que foi analisado, a *SIC Radical*. Foram analisados 922 programas emitidos neste canal entre 2013 e 2016. Com este espaçamento temporal entre as grelhas analisadas foi possível obter resultados mais significativos em termos das transformações ocorridas nas opções de programação do canal.

### **3.3.1 2013**

Na primeira semana do ano de 2013 foram emitidos, na *SIC Mulher*, 221 programas, o equivalente a 10080 minutos de programação. Destes 10080 minutos, 6420 dizem respeito a produções estrangeiras, enquanto 3660 são de origem nacional. Em termos de percentagens, da totalidade de programas emitidos pelo canal, na primeira semana do ano, 63,7% foram produzidos fora do nosso país, enquanto 36,3% foram produzidos em solo nacional.

No que diz respeito à proveniência dos programas emitidos pela *SIC Mulher*, nas datas referidas, podemos verificar que mais de metade destes tem origem na América do Norte, cerca de 51,8%. O outro grande fornecedor de conteúdos é a Europa que, responsável por 40,2% da produção emitida, se torna no segundo maior fornecedor de programas deste período. Grande parte desta percentagem diz respeito a programas portugueses e do Reino Unido. Desses 40,2%, 36,3% foram produzidos em Portugal e apenas 3,9% são de outros países europeus. No total de 4050 minutos de produção europeia emitida, 3660 minutos disseram respeito a produções portuguesas. Em termos percentuais podemos dizer que 90,4% da produção europeia emitida na *SIC Mulher* foi produzida em Portugal enquanto que apenas 9,6% vem de outros países da Europa. Na Oceânia foram produzidos 8% dos programas analisados sendo que todos eles são australianos. Importa salientar que, nos períodos analisados, não se registou qualquer conteúdo proveniente da América do Sul, África ou Ásia.

Em termos de géneros, a grande aposta da *SIC Mulher* foram os programas de concurso/entretenimento que dizem respeito a 3615 minutos de emissão nessa semana, ou seja, 35,9% dos programas. Destes 35,9% apenas 3,9% dizem respeito a produções nacionais. As restantes grandes apostas, a nível de géneros, foram os *talk shows* (estrangeiros e nacionais) que corresponderam a 3330 minutos de emissão, 33,0%, e ainda os *magazines* que ocuparam 2745 minutos, 27,2%. É de notar que, no

período em análise, não foram emitidos programas de comédia, desporto, documentário, novelas, filmes ou mesmo informação.

### **3.3.2 2014**

Na primeira semana do ano de 2014 foram emitidos na *SIC Mulher* 230 programas, que correspondem aos 10080 minutos de programação, que ocuparam os primeiros 7 dias do ano. Relativamente ao ano anterior, 2014 registou um aumento da produção nacional e mostrou uma menor disparidade no que diz respeito ao equilíbrio entre a produção nacional e a produção estrangeira. Dos 10080 minutos emitidos, 4335 dizem respeito a produções portuguesas e 5745 a produções realizadas no estrangeiro. Em termos de percentagens, falamos de 43% e 57%, respectivamente. Estamos perante um aumento de 6,7% nas produções de origem nacional e consequente redução do espaço ocupado pelas produções estrangeiras.

Quanto à proveniência dos programas, esta sofreu também alterações diretamente relacionadas com o aumento das produções nacionais. A Europa foi o principal fornecedor de conteúdos com 49,3% dos programas emitidos, o equivalente a 4965 minutos de programas, seguida da América do Norte com 39,6%, que equivalem a 3990 minutos de programação. Dos 49,3% de programação europeia, 46% foi produzida em Portugal e apenas 6,3% diz respeito a compras feitas a outros países do mesmo continente. Falando em minutos, dos 4965 minutos de produção europeia emitida na semana em questão, 4335 foram produzidos em Portugal e 630 noutros países da Europa. Significa isto que as produções nacionais continuam a representar uma grande parte da programação europeia escolhida para o canal, cerca de 87,3% neste caso. Se compararmos este valor com o do ano anterior, podemos verificar que o espaço dos programas portugueses face ao dos restantes países da Europa, que contribuíram com 12,7% da programação europeia, diminuiu. Os programas provenientes da Oceânia marcaram uma presença de maior destaque na primeira semana de 2014, com 11,2%, o que representa um aumento de 3,2% face ao ano anterior. À semelhança do que aconteceu em 2013, toda a produção da Oceânia diz respeito a programas produzidos na Austrália e, mais uma vez, as produções da

América do Sul, África e Ásia não marcaram presença na grelha de programação do canal.

No que diz respeito aos formatos preferidos para emissão nos primeiros dias de 2014, as escolhas foram bastante semelhantes às do ano anterior. Talvez por serem os programas mais apelativos para o público alvo associado ao canal, a *SIC Mulher* apostou mais uma vez no género concurso/entretenimento que representou 34,5% dos programas emitidos, cerca de 3480 minutos. Desses 34,5%, apenas 0,6% dizem respeito a programas nacionais. Os *magazines* e os *talk shows* foram também as grandes apostas do canal, ocupando 33,8% e 27,7% da totalidade de programas emitidos nessa semana, respetivamente. Falamos de 3405 minutos de *magazines* (sendo que 2625 são nacionais, ou seja, 77,1% dos *magazines* emitidos) e 2790 minutos de *talk shows* (onde também reinam os de origem nacional, com especial destaque para os programas *Entre Nós* e *Mais Mulher*).

### **3.3.3 2015**

Nos primeiros 7 dias do ano de 2015 foram emitidos, na *SIC Mulher*, 234 programas que correspondem aos 10080 minutos de programação que constituem a grelha de programação relativa à primeira semana do ano. O aumento da produção nacional emitida, que se registou em 2014, não continuou em 2015. Dos 10080 minutos programados para a primeira semana do ano, apenas 2715 foram produzidos em Portugal, ou seja, cerca de 26,9% da emissão. A produção estrangeira dominou o canal com 7365 minutos de programas, que equivalem a 73,1% das emissões. Estes dados mostram um domínio dos conteúdos estrangeiros ainda superior ao registado em 2013.

Apesar desta redução no volume de conteúdos nacionais emitidos, a Europa manteve-se, em 2015, como o principal continente de origem dos conteúdos do canal, nas datas analisadas. 3960 minutos, dos 10080, foram produzidos no continente europeu, o que corresponde a 39,3% relativamente ao total de programas emitidos. Note-se que, destes 39,3%, 26,9% dizem respeito a programas nacionais e apenas 12,4% foram comprados a outros países europeus. Dos 3960 minutos de produção europeia emitida, 2715 têm Portugal como país de produção e os restantes 1245 são de outros países. Em suma, da totalidade de programas europeus emitidos, 68,6%

dizem respeito a programas produzidos em Portugal. Importa também referir que a restante produção europeia tem origem, na sua maioria, no Reino Unido. Da América do Norte chegaram 3615 minutos de programas, que correspondem a uma percentagem de 35,9%. Os programas produzidos na Oceânia mantiveram um crescimento quanto à presença nas grelhas da *SIC Mulher*. Desta vez o crescimento foi bastante significativo passando dos 11,2%, de 2014, correspondentes a 1125 minutos, para 24,9%, em 2015, que correspondem a 2505 minutos de emissão. Mais uma vez, e à semelhança dos anos anteriores, os programas oriundos da Oceânia são de origem Australiana. Também em 2015 não foram emitidos quaisquer programas provenientes da América do Sul, África e Ásia.

A nível do género de programas emitidos, torna-se cada vez mais evidente a aposta do canal nos três formatos de eleição já verificados: concursos/entretenimento, *magazines* e *talk shows*. O primeiro formato ocupou, em 2015, grande parte das emissões. Dos 10080 minutos emitidos, 4395 dizem respeito a programas de concurso/entretenimento, o que corresponde a 43,6% dos programas emitidos. Destes 43,6%, apenas 0,7% dizem respeito a programas produzidos em Portugal. Os *magazines* constituíram 25,6% dos programas emitidos, com 2580 minutos, sendo que 12,5% de dizem respeito a *magazines* nacionais, já os *talk shows* ocuparam 2025 minutos da emissão, ou seja, 20,9% da emissão.

### **3.3.4 2016**

2016 foi o último de 4 anos a ser analisado. Na primeira semana deste ano, a *SIC Mulher* emitiu 237 programas que equivalem aos já conhecidos 10080 minutos. A nível da distinção entre a produção portuguesa e a produção estrangeira, 2016 vem mostrar que 2014 foi uma exceção e que o espaço que as produções estrangeiras ocupam no canal é cada vez maior. Dos já referidos 10080 minutos de emissão analisada neste ano, apenas 2550 dizem respeito a produções nacionais, ou seja, 25,3%, o que equivale a cerca de 1 quarto das produções emitidas. Este foi o ano, dos 4 analisados, em que as produções estrangeiras mais marcaram a emissão do canal temático, com cerca de 7530 minutos que correspondem a uma percentagem de 74,7%.



Apesar de assistirmos, mais uma vez, a uma redução na aposta em produções nacionais, deu-se um aumento no número de produções europeias exibidas pelo canal. Na primeira semana de 2016, 54,3% dos programas emitidos foram produzidos na Europa, o equivalente a 5475 minutos, representando mais de metade dos programas que foram para o ar nesse período. Desses 54,3%, 25,3% são programas produzidos em Portugal. Em comparação com os anos anteriores e relativamente à produção europeia, as produções nacionais têm vindo a perder impacto. Em 2016, na semana em questão e face à totalidade de programas europeus emitidos, 46,6% são de origem nacional e 53,4% chegam de outros países da Europa. Se falarmos em minutos, dos 5475 europeus, 2550 foram produzidos no nosso país. Como aconteceu nos anos anteriores, a América do Norte foi também, no período em análise, um dos grandes produtores de conteúdo audiovisual para a SIC com cerca de 3510 minutos a serem incluídos na primeira grelha do ano, o que corresponde a 34,8% dos programas. A Oceânia viu a sua presença reduzida para 10,9% que se mantém graças a programas como *Masterchef Austrália*. Já da América do Sul, África e Ásia não nos chegaram quaisquer produções.

Quanto ao género dos formatos adoptados pelo canal, 2016 vem reforçar a tendência que até aqui foi adoptada em termos de programação: a aposta nos três grandes formatos já referidos. Os programas de concurso/entretenimento marcam presença assídua nas grelhas, sendo que na primeira semana do ano foram emitidos 5265 minutos deste género, no total dos 10080 minutos emitidos, o que corresponde a uma percentagem de 52,7%. De notar que, destes 5265 minutos, apenas 30 dizem respeito a produções nacionais, ou seja, 0,3% da totalidade de programas emitidos. No que diz respeito aos *talk shows*, que correspondem a 27,5% dos programas emitidos na semana em análise, a grande maioria dos mesmos tem origem em Portugal. Tal como referi anteriormente, programas como *Mais Mulher* e *Entre Nós* asseguram a liderança da produção nacional dentro do género. Nos primeiros 7 dias de 2016 foram emitidos pelo canal 2745 minutos de *talk shows*, sendo que 1815 são produzidos em Portugal. Os *magazines* reforçam também parte significativa das grelhas de programação do canal, uma vez que, em 2016, disseram respeito a 10,4% dos programas emitidos, ou seja, 1035 minutos.

### 3.3.5 Conclusões

Após a análise dos 922 programas emitidos, na primeira semana de 2013, 2014, 2015 e 2016, da *SIC Mulher*, conseguimos perceber que o canal faz uma aposta muito forte na emissão de produções estrangeiras, aposta essa que tem tendência a aumentar. O canal importa formatos de sucesso na Europa e América do Norte, principalmente, e opta por investir menos na produção de conteúdos “em casa”. De fora ficam produções dos continentes sul-americano, asiático e africano. Verifica-se também que, na totalidade de programas europeus emitidos, as produções nacionais foram perdendo espaço. Em 2013, 90,4% desses programas tinha Portugal como país de origem; em 2016, essa percentagem desceu para os 46,6%. A nível do género de formatos comprados, ficou claro que os programas de concurso/entretenimento, *talk shows* e *magazines* são os mais populares.

### 3.4 Análise de Resultados - SIC Radical

À semelhança do que aconteceu com o canal *SIC Mulher*, também relativamente ao canal *SIC Radical* foram analisadas as primeiras semanas de 2013, 2014, 2015 e 2016. A *SIC Radical* foi um dos canais analisados por ser também um dos preferidos do público, principalmente do mais jovem, e por ter um público alvo bastante diferente do da *SIC Mulher*. Foram analisados 986 programas emitidos entre 2013 e 2016.

#### 3.4.1 2013

Na primeira semana do ano de 2013 foram emitidos na *SIC Radical* 226 programas que perfazem um total de 1440 minutos de emissão diária; 10080 minutos no decorrer de uma semana. Destes 10080 minutos semanais, 3030 dizem respeito a produções nacionais e 7050 correspondem a programas importados do estrangeiro. Em termos percentuais falamos de 30,1% de programas produzidos em Portugal, e 69,9% de programas cuja produção teve origem num país que não o nosso.

A Europa e a América do Norte foram, à semelhança do que aconteceu com a *SIC Mulher*, os principais continentes fornecedores de conteúdos para o canal. 57,4%

dos programas analisados vieram da Europa, o que corresponde a 5790 minutos no total de 10080. Desses 57,4%, 30,1% foram produzidos em Portugal e 27,3% foram comprados a outros países da Europa. Falando na totalidade de programas europeus emitidos, 52,3% têm origem nacional e 47,7% vêm de outros países. Em minutos, podemos dizer que, dos 5790 europeus emitidos na semana em questão, 3030 foram produzidos no nosso país. Da América do Norte chegaram programas que resultaram em 3570 minutos de emissão, ou seja, 35,4% dos programas emitidos. A grande diferença para com a *SIC Mulher*, em termos de origem de produção, é que a *SIC Radical* emitiu programas asiáticos, nomeadamente *Naruto* e *Dragon Ball*, o que fez com que o continente fosse responsável por 7,1% dos programas emitidos na semana em questão. Por outro lado, não há registo de qualquer emissão de produção oriunda da Oceânia no período em análise, o que acontece também com as produções sul-americanas e do continente africano.

No que diz respeito aos géneros dos programas emitidos, verifica-se que a *SIC Radical* tem uma maior variedade de formatos. Apesar de a grande aposta, em 2013, recair sobre os programas de concurso/entretenimento, ficção e *talk shows*, assistimos também à emissão de programas de animação e comédia, por exemplo. O género líder foi a ficção, que corresponde a 3375 minutos de emissão, ou seja, 33,5% dos programas. Desses 33,5%, apenas 0,3% correspondem a programas de ficção nacional. Os concursos/entretenimento foram emitidos em 2850 minutos, 28,3% dos programas analisados nesse ano, sendo que apenas 570 dizem respeito a programas produzidos em território nacional, ou seja, 5,7%. O terceiro grande género adotado foi o *talk show*. Foram emitidos, 2655 minutos de *talk shows*, o que corresponde a uma percentagem de 26,3%. Desses 26,3%, 21% dizem respeito a *talk shows* nacionais, facto que se deve principalmente à emissão do programa *Curto Circuito*.

### **3.4.2 2014**

Nos primeiros 7 dias de 2014 foram emitidos, na *SIC Radical*, 245 programas. Do total de 10080 minutos, 3435 correspondem a programas produzidos em Portugal, enquanto que os restantes 6645 foram comprados a outros países. Isto representa uma presença de 65,9% de produções estrangeiras, face a 34,1% de produções

nacionais, na primeira grelha de 2014 daquele que é um dos canais favoritos no universo SIC.

Neste ano, e no período em análise, a *SIC Radical* contou com programas vindos de 4 continentes diferentes: Europa, América do Norte, Oceânia e Ásia. Como em casos anteriores, a Europa e América do Norte são os principais produtores de conteúdos para o canal. No caso europeu, e mesmo com um índice baixo de produções portuguesas, os seus programas ocuparam 5520 minutos, que correspondem a uma percentagem de 54,8% face ao total de programas emitidos na semana em questão. Destes 54,8%, 34,1% correspondem a produções portuguesas e 20,7% a produções de outros países da Europa. Em minutos, 3435 e 2085 respectivamente. Em termos globais, e falando da totalidade de programas europeus, 62,2% são de origem nacional enquanto que 37,8% são oriundos de outros pontos do continente. Da América do Norte chegaram 3630 minutos de emissão, ou seja, 36%. Da Ásia e da Oceânia chegaram-nos 3,4% e 5,8% das produções emitidas no canal, respetivamente.

Ao nível dos formatos e dos géneros em que cada um se encaixa, pode constatar-se que, tal como no ano anterior, o género mais adoptado foi a ficção. Em 2014, na semana em questão, foram emitidos 3690 minutos de programas de ficção, cerca de 36,6% da totalidade de programas. Destes, apenas 2,1% são de origem nacional, ou seja, cerca de 210 minutos. Os programas de concurso/entretenimento marcaram também forte presença na primeira grelha do ano, a ocupar 2940 minutos da programação, o equivalente a 29,2% do total emitido. Destes 2940 minutos, 615 foram produzidos no nosso país, cerca de 6,1% do total. Os *talk shows*, outro dos formatos de eleição do canal, ocuparam 2640 minutos da grelha nº1 de 2014, o equivalente a 26,2%. Mais uma vez, e como já se verificou, neste e noutros canais, o género em questão é quase sempre marcado por uma forte aposta nacional. Neste caso em específico, dos 26,2% de *talk shows*, 22,3% são produzidos em Portugal. A animação e a comédia foram outros dois géneros nos quais a *SIC Radical* apostou e ocuparam, em 2014, 2,7% e 3,1%, respetivamente, na programação do canal.

### 3.4.3 2015

No período analisado referente ao ano de 2015 foram emitidos pela *SIC Radical* 269 programas, que correspondem a 10080 minutos de emissão. Destes, 2760 dizem respeito a produções nacionais e os restantes 7320 foram comprados a outros países. Das quatro semanas analisadas relativamente a este canal, a de 2015 foi a que registou um maior impacto dos programas estrangeiros face aos nacionais. Estamos a falar de 72,6% de produções estrangeiras e de apenas 27,4% de produções portuguesas.

Quanto à origem dos programas, esta manteve um registo semelhante ao do ano anterior. Foram emitidos programas vindos da Europa, da América do Norte, da Oceânia e da Ásia. De fora ficaram a América do Sul e a África. Do total de programas emitidos na semana em questão mais de metade foi produzido na Europa, 5220 minutos, cerca de 51,8%. Para estes 51,8%, Portugal contribuiu com 27,4%. Os restantes 24,4% chegaram de outros países da Europa. Falando em minutos, dos 5220 produzidos em solo europeu, 2760 são portugueses e 2460 de outros países. Analisando a totalidade de produções europeias emitidas no período em análise verifica-se que 52,9% foram produzidas em Portugal e os restantes 47,1% na restante Europa. Segue-se a América do Norte, que registou um incremento face ao ano anterior, com 4425 minutos de programas emitidos, o equivalente a 43,9%. Da Ásia e Oceânia continuaram a chegar uma pequena parte dos programas emitidos, 2,2% e 2,1% respetivamente.

No que diz respeito ao género dos programas emitidos pela *SIC Radical*, na primeira semana de 2015, pode verificar-se que a aposta nos formatos preferidos da estação se mantém. Dos 10080 minutos emitidos no período em análise, 3735 são programas de concurso/entretenimento, ou seja, 37,1% de todos os programas. Note-se que destes 37,1%, 28,7% são de origem estrangeira e apenas 8,3 têm origem portuguesa. Outra das grandes apostas do canal é a ficção que ocupou, em 2015, 33,9% das emissões com 3420 minutos de programas. É de salientar que esta aposta é feita principalmente em formatos estrangeiros, uma vez que apenas 3,9% destes programas tem Portugal como país de origem. Os *talk shows*, mais uma vez, merecem também um destaque especial uma vez que representaram 17,4% da emissão do canal, com cerca de 1755 minutos de programas. À semelhança do que aconteceu nos anos anteriores a aposta nos *talk shows* é feita através de produção portuguesa, uma

vez que 14,4% são *talk shows* portugueses. Podemos falar ainda da presença de alguma comédia e animação nas grelhas do canal que, na período em questão, emitiu 150 e 180 minutos deste formatos, respectivamente.

#### **3.4.4 2016**

A primeira semana de 2016 foi a última a ser analisada e no decorrer da mesma foram emitidos 246 programas que originaram um total de 10080 minutos de emissão. Apesar de se notar um ligeiro crescimento da produção nacional face ao ano anterior, este crescimento foi muito pouco significativo e mostra que o aumento registado em 2014 foi, tal como no caso do canal *SIC Mulher*, uma exceção à tendência de aumento do espaço ocupado pelas produções estrangeiras nos canais *SIC*. Na semana em questão foram emitidos 2985 minutos de produções nacionais, o que equivale a 29,6%, enquanto que os restantes 7095 minutos, 70,4%, dizem respeito a programas produzidos no estrangeiro.

A proveniência dos programas emitidos pela *SIC Radical* já começa a mostrar um padrão relativamente ao que foi analisado. A Europa e a América do Norte são, indiscutivelmente, os continentes de eleição, quando se fala em importação de conteúdos, e a América do Sul e África continuam a não produzir conteúdos de interesse para os programadores. Nos primeiros 7 dias de 2016, dos 10080 minutos emitidos, 5040 foram produzidos na Europa, ou seja, exatamente 50% da produção escolhida para o período em questão. 29,6%, destes 50% de origem europeia, foram produzidos em Portugal e os restantes 20,4% tiveram origem na restante Europa. Estas percentagens correspondem a 2985 minutos de emissões produzidas em Portugal e 2055 produzidas noutros pontos do continente. Na totalidade de produções europeias emitidas pela *SIC Radical* neste período, 59,2% foram produzidas no nosso país enquanto que as restantes, 40,8%, chegaram de outros países europeus. Da América do Norte chegaram 4500 minutos, que correspondem a 44,6% das emissões, e do continente asiático foram emitidos 540 minutos, 5,4%. Desta vez a Oceânia foi um dos continentes que não verificou qualquer produção a ser emitida na *SIC Radical*.

Em termos de género dos programas, as escolhas verificadas em anos anteriores mantêm-se. Os programas de concurso/entretenimento continuam a ocupar grande parte das grelhas sendo que, na primeira semana de 2016, a *SIC Radical*

emitiu 3090 minutos deste género, o correspondente a 30,7% da totalidade de programas emitidos. Destes 30,7%, 26,9% têm origem num país estrangeiro. O talk show é o segundo maior género adoptado neste ano, ocupando um espaço de 20,7% do total de emissões, com 1680 minutos de *talk shows* nacionais e 405 minutos de estrangeiros. A ficção foi também um dos géneros mais adoptados com 1800 minutos de programas que correspondem a 17,9% do total emitido, no entanto foi o documentário que ocupou o terceiro lugar nos géneros mais emitidos. Este género representou, na primeira semana de 2016, 1830 minutos de programas, o equivalente a 18,2%. A comédia e a animação ocuparam ambos o mesmo tempo de antena: 360 minutos, o equivalente a 3,6% do total.

### **3.4.5 Conclusões**

Depois de analisados os 986 programas emitidos pela *SIC Radical*, nas primeiras semanas na primeira semana de 2013, 2014, 2015 e 2016, consegue verificar-se que o espaço ocupado pelas produções estrangeiras é, à semelhança do que acontece com a *SIC Mulher*, bastante significativo. O canal mostra-se um pouco mais heterogéneo no que diz respeito aos continentes dos quais importa conteúdos, mas acaba por não importar da América do Sul e da África, apesar de incluir a Ásia. Verifica-se que as produções nacionais têm um grande impacto nas quotas de produção europeia emitida pelo canal sendo que, da totalidade de produções europeias, em média, 56,7% foram produzidas em Portugal. Em termos de formatos, tal como vimos, o canal aposta em 3 formatos de eleição: são eles os concursos/entretenimento, a ficção e os *talk shows*.

### **3.5 Entrevista Exploratória**

Para perceber um pouco melhor de que forma ocorre o processo de programação dentro de uma grande estação de televisão, como é o caso da *SIC*, e para ter uma noção mais geral dos processos de importação de conteúdos de forma enquadrar os resultados obtidos, através da análise das grelhas de programação, realizei uma entrevista exploratória com Pedro Boucherie Mendes, diretor geral do canal *SIC Radical* e diretor coordenador de conteúdos dos canais temáticos da *SIC*.

Sobre o processo de compra dos programas para cada canal SIC, Pedro Boucherie explica que quem programa canais de televisão está sempre a trabalhar no futuro e de certeza forma já conhece esse futuro. A televisão já sabe que vai ter que emitir programas no dia 2 de janeiro de 2017 e, como tal, tem que antever o vai ser emitido.

O diretor dos canais temáticos SIC explica que quem programa televisão não pode romper com o fluxo de programas a ser emitido e comprar programas novos de repente. Acrescenta também que o processo de programação é influenciado por diversos fatores e que nem sempre se pode comprar os programas que desejam, uma vez que muitos deles estão ao abrigo de contratos de exclusividade com outros canais, como é o caso de varias séries de ficção que só podem ser emitidas na *FOX Portugal*, por exemplo: “Dentro dos programas disponíveis, compro aqueles que são melhores para o meu canal”, afirma. No caso da SIC, apesar de estar responsável pelos canais temáticos, Pedro Boucherie reforça que cada canal tem responsáveis pelo processo de busca e compra de programas e que a decisão final é tomada em conjunto num trabalho de equipa que envolve o responsável por cada canal, o departamento de compras e ele próprio. Outro dos fatores que interferem no processo de compra de programas a emitir é, segundo Pedro Boucherie, o facto de alguns grande acordos celebrados entre a SIC e grandes produtoras/distribuidoras obrigarem à compra de determinado número de horas de programas. Desta forma a escolha passa a ser limitada ao leque de programas disponível dentro dos parâmetros acordados com cada produtora/distribuidora.

O facto de se optar pela compra de programas estrangeiros ao invés de se produzir o mesmo formato em Portugal está mais relacionado com factores monetários do que culturais, uma vez que “o público português faz parte de um público mundial que está muito marcado pela cultura dos americanos” e, como tal, a cultura não é uma barreira. Pedro Boucherie, questionado sobre o impacto que as escolhas da concorrência têm sobre as escolhas de programação nos canais SIC, esclarece que a compra de programas é mais influenciada pelo número de episódios que estão disponíveis para cada programa uma vez que “o espectador português gosta de uma programação tipo telenovela, portanto, diária”, do que pela concorrência em si. Acredita que o sucesso esmagador de programas como *Masterchef Austrália*, por



exemplo, se deve ao facto de o programa estar no ar durante vários meses. Acrescenta ainda que a SIC tenta ao máximo desdobrar os episódios originais, normalmente mais longos que os emitidos em Portugal, em vários episódios para que ao programa se mantenha no ar durante um período mais longo. “O número de episódios é fundamental”. O diretor dos canais temáticos da SIC afirma ainda que o número de episódios de cada programa/série é um factor decisivo para a compra ou não do programa em si e que, mesmo que seja excelente, se tiver poucos episódios pode não ser considerado. Programas como o *The Tonight Show starring Jimmy Fallon* e o *The Late Show with Stephen Colbert*, por terem um número muito elevado de episódios, asseguram programação duradoura e constante em determinada faixa horária.

No decorrer da entrevista, outro dos assuntos abordados diz respeito à influência que as leis da televisão têm no processo de programação televisiva, nomeadamente no que diz respeito ao facto de os canais serem obrigados a emitir determinado número de horas de produção europeia, por exemplo. Pedro Boucherie Mendes menciona o facto de na *SIC Radical* passar novelas espanholas pelo simples facto de serem obrigados a passar determinado número de horas de produção europeia. “Gostemos ou não gostemos, temos que cumprir a lei” afirma. Fala ainda na questão das quotas que têm de cumprir, quotas de produção portuguesa, quotas de produção europeia, quotas de produção recente e quotas de produção independente, por exemplo.

## Conclusão

Após a análise dos dados recolhidos, é possível perceber que as produções estrangeiras ocupam um lugar muito significativo nas grelhas de programação dos canais temáticos SIC e que não se verifica uma mudança no sentido de aumentar a emissão de produções nacionais. Em média, e com base na amostra escolhida, apenas 31,6% dos programas emitidos pelos canais temáticos SIC são produzidos em Portugal. Os restantes 68,4% são importados do estrangeiro na sua maioria do continente europeu e norte-americano. Outra das conclusões que se pode retirar da análise dos dados recolhidos é o facto de os canais temáticos apostarem fortemente em programas de concurso/entretenimento e *talk shows*, deixando de lado formatos como a informação ou o desporto.

Apesar de ter em conta o facto de se tratar de uma amostra reduzida, aquela na qual se baseiam os resultados apresentados, acredito que, e até pela minha experiência no departamento de produção de emissão da SIC, os resultados são bastante fieis à realidade e representam bem o fenómeno em estudo. Depois de uma reflexão sobre os resultados obtidos e a entrevista com o diretor dos canais temáticos, bastante influente no processo de decisões de compra dos programas para os canais, cheguei à conclusão que a programação para os canais do cabo não é tão pensada em detalhe como se possa ter em mente. Este processo é influenciado por vários fatores que acabam por condicionar as escolhas dos programadores e, para além disso, estes operam muitas vezes numa lógica de “comprar para encher” as grelhas de programação em vez de pensarem numa estrutura maior que confira um sentido global às emissões, tal como sugerem vários dos autores já referidos ao longo deste trabalho.

As leituras que fiz e as teorias com as quais me cruzei durante o processo foram, sem qualquer tipo de dúvida, essenciais para o enquadramento dos meus conhecimentos sobre o tema da programação de televisão. Estas abriram caminho a novas reflexões que me levaram a pensar sobre aspetos que até então nunca tinham surgido na minha cabeça e é nesse sentido que considero o presente relatório de estágio uma mais valia.

Em termos práticos, e no que diz respeito ao estágio, não poderia fazer um balanço mais positivo. Foi para mim uma experiência bastante gratificante que me proporcionou um contato direto com os diversos processos que movem um canal de televisão. É importante realçar que tive ainda a fantástica oportunidade de acompanhar o processo de transição do tratamento e emissão analógica de programas para o digital. Um processo bastante complexo e trabalhoso que teve impacto direto na forma de funcionamento de todos os departamentos dentro do canal e que acabou com o uso de cassetes dando lugar a novos formatos digitais e a novas ferramentas de trabalho. No que diz respeito às funções que desempenhei e ao departamento no qual estive inserido, em específico, foram essenciais para a minha percepção do processo de compra, tratamento e programação de conteúdos audiovisuais para televisão, uma realidade até aí nova para mim. Foi bastante interessante perceber o caminho que os programas estrangeiros percorrem desde o momento em que são comprados ao momento em que são emitidos para milhões de portugueses.

## Referências Bibliográficas

- Cádima, Francisco R. 1995. *O Fenómeno Televisivo*, Lisboa, Círculo de Leitores.
- Cádima, Francisco R. 2006. *Proto e pós-televisão. Adorno, Bourdieu e os outros – ou na pista da «qualimetria»*. [Online]. Disponível: <http://www.fcsh.unl.pt/cadeiras/httv/artigos/Proto%20e%20p%C3%B3s%20TV%20Adorno....pdf>. [Acedido a 23 de Abril de 2016].
- Cebrian Herreros, M. 1978. *Introducción al Lenguaje de la Televisión. Una Perspectiva Semiótica*, Madrid, Editorial Pirámide.
- Cebrian Herreros, M. 1998. *Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación*, Madrid, Editorial Síntesis.
- Cebrian Herreros, M. 2004. *Modelos de Televisión: Generalista, Temática y Convergente con Internet*, Barcelona, Paidós.
- Corner, J. 2003. *Finding Data, Reading Patterns, Telling Stories: Issues in The Historiography of Television*. *Media, Culture & Society*, 25, 273-280.
- Cortès, J. A. 1999. *La Estrategia de la Seducción. La Programación en la Neotelevisión*, Madrid, Eunsá.
- Eco, Umberto 1986. *A Transparência Perdida In Viagens na Irrealidade Quotodiana*, Lisboa, Difel.
- Esquenazi, Jean-Pierre 1996. *Le Pouvoir d'un Média: TF1 et Son Discours*, Paris, L'Harmattan.
- Gonzalez Requena, J. 1995. *El Discurso Televisivo: Espectáculo de la Posmodernidad*, Madrid, Catedra.
- Historial da SIC – Sociedade Independente de Comunicação, SA. [Online]. Lisboa: IMPRESA. Disponível: <http://binaries.cdn.IMPRESA.pt/dealer/2097387/Historial+SIC+20143159739297477624869.pdf> [Acedido a 29 de Novembro de 2015].
- Lopes, F. 2000. *O Panorama Audiovisual Português. O Passado Recente e o Futuro Próximo* [Online]. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível: <http://hdl.handle.net/1822/39646>. [Acedido a 23 de Janeiro de 2016].

- Lopes, F. 2009. *Estudos Televisivos: Perspectivas Diacrónicas*. Comunicação e Sociedade [Online], 15, 7-27. Disponível: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1042>. [Acedido a 24 de Janeiro de 2016].
- Lopes, F. Pereira, S. 2007. *Estudos Sobre Programação Televisiva: os Programas de Informação e os Conteúdos para a Infância* [Online]. Repositorium. Disponível: <http://hdl.handle.net/1822/8714>. [Acedido a 23 de Janeiro de 2016].
- Mehl, D. 1992. *La Fenêtre et le Miroir: la Télévision et ses Programmes*. Politix, 6, n°21, 152-155.
- Mehl, D. 1996. La Télévision de l'Intimité. *Politix*, 9, n°35, 265-268.
- Murciano, M. 2006. *As Políticas de Comunicação Face aos Desafios do Novo Milénio: Pluralismo, Diversidade Cultural, Desenvolvimento Económico e Tecnológico e Bem-Estar Social*. In Helena Sousa, 2006. *Comunicação, Economia e Poder*, Porto, Porto Editora.
- Rizza, N. 1990. *Construire des Palimpsestes*. Réseaux, 9, n°44/45, 17-54.
- Santos, R. 2002. *Dez anos de história na SIC (1992-2002)*. Revista Observatório [Online], 6. Disponível: <http://www.obercom.pt/content/39.np3>. [Acedido a 25 de Abril de 2016].
- SIC 2011. *Livro de Ouro – SIC*, Lisboa, Guerra e Paz Editores.
- Sousa, H. 1999. *Time-Life/Globo/SIC : Um Caso de Reexportação do Modelo Americano de Televisão?*. Universidade do Minho [Online]. Disponível: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-helena-time-life-sopcom.pdf>. [Acedido a 9 de Janeiro de 2016].
- Souza, José Carlos Aronchi 2004. *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*, São Paulo, Summus Editorial.
- Torrer, Eduardo Cintra. Burnay, Catarina Duff 2014. *A Telenovela em Portugal: Estreias, Importação e Exportação*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho [Online]. Disponível: [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/1751/1682](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/1751/1682). [Acedido a 12 de Dezembro de 2015].

- Torres, Eduardo Cintra 2011. *A Televisão e o Serviço Público*, Lisboa, Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Williams, R. 1975. *Television, Technology and Cultural Form*, New York, Schocken Books.

## Anexos

		DIVISÃO PORTUGAL/NÃO PORTUGAL												
		NACIONAIS						ESTRANGEIROS						
		MANHÃ		TARDE		NOITE		MANHÃ		TARDE		NOITE		
		MINUTOS	UNIDADES	MINUTOS	UNIDADES	MINUTOS	UNIDADES	MINUTOS	UNIDADES	MINUTOS	UNIDADES	MINUTOS	UNIDADES	
DIA		240	4	105	2	150	3	135	3	390	9	420	10	
Terça-Feira	1	270	5	90	2	105	2	90	2	420	9	465	11	
Quarta-Feira	2	255	5	120	2	135	3	120	3	375	9	435	10	
Quinta-Feira	3	240	4	60	1	390	9	135	3	420	9	195	5	
Sexta-Feira	4	150	3	75	2	330	7	240	5	390	10	255	6	
Sábado	5	150	3	105	2	195	4	255	5	330	8	405	10	
Domingo	6	285	5	120	3	90	2	105	2	360	8	480	11	
Segunda-Feira	7													
	8													
	9													
	10													
	11													
	12													
	13													
	14													
	15													
	16													
	17													
	18													
	19													
	20													
	21													
	22													
	23													
	24													
	25													
	26													
	27													
	28													
	29													
	30													
	31													
	TOTAL	1590	29	675	14	1395	30	1080	23	2685	62	2655	63	

**Fig. 1 – Grelha de Análise (Divisão Portugal/Não Portugal)**

[illegible]

**Fig. 2 – Grelha de Análise (Divisão por Continentes)**





SEM 1	DIREÇÃO DE PROGRAMAS GRELHA DE PROGRAMAÇÃO - SIC MULHER						3ª Versão 22/04/2016 / 11:22	SEM 1
	SEGUNDA 31/dez	TERÇA 01/jan	QUARTA 02/jan	QUINTA 03/jan	SEXTA 04/jan	SÁBADO 05/jan	DOMINGO 06/jan	
06:45	VII - Ep. 7	V - Ep. 59	V - Ep. 48	V - Ep. 53	V - Ep. 54	V - Ep. 60	V - Ep. 62	06:45
07:00	MAIS MULHER (R)	ENTRE NÓS	MAIS MULHER (R)	MAIS MULHER (R)	MAIS MULHER (R)	MAIS MULHER (R)	MAIS MULHER (R)	07:00
07:15	V - Ep. 48	VII - Ep. 7	V - Ep. 53	V - Ep. 54	V - Ep. 60	V - Ep. 61	V - Ep. 63	07:15
07:30	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 1 / 72	ACE OF CAKES III - Ep. 10 / 13	RETRATOS DA SAÚDE II - Ep. 3	ACE OF CAKES III - Ep. 12 / 13	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 4 / 72	DR. OZ III - Ep. 126 / 174	DR. OZ III - Ep. 127 / 174	07:30
07:45	DR. PHIL (E)	DR. PHIL (E)	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 2 / 72	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 3 / 72	DR. PHIL (E)	FAMA SHOW I - Ep. 246	ALTA DEFINIÇÃO I - Ep. 165	07:45
08:00	VII - Ep. 86 / 164	VII - Ep. 87 / 164	DR. PHIL (E)	DR. PHIL (E)	VII - Ep. 90 / 164	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 28 / 170	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 29 / 170	08:00
08:15	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 5	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 6	DR. PHIL (E)	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 7	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 8	ENCANTADOR DE CÃES	ENCANTADOR DE CÃES	08:15
08:30	MAIS MULHER (R)	ENTRE NÓS	DR. WHITE I - Ep. 32 / 26	MAIS MULHER (R)	MAIS MULHER (R)	IV - Ep. 5	IV - Ep. 6	08:30
08:45	VII - Ep. 86 / 164	VII - Ep. 7	MAIS MULHER (R)	MAIS MULHER (R)	V - Ep. 61	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 1 / 13	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 3 / 13	08:45
09:00	RETRATOS DA SAÚDE II - Ep. 3	ENCANTADOR DE CÃES	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 1 / 72	JÁ AO LUME ESPECIAL ANO NOVOII-2	ENCANTADOR DE CÃES	FACTOR X I - Ep. 5 / 40	FACTOR X I - Ep. 7 / 40	09:00
09:15	TOP CHEF, AS SOBREMESAS TOP CHEF JUST DESSERTS II - Ep. 9 / 10	TOP CHEF, AS SOBREMESAS TOP CHEF JUST DESSERTS II - Ep. 10 / 10	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 1 / 72	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 2 / 72	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 3 / 72	LORRAINE PASCAL Lorraine Pascal Xmas	LORRAINE PASCAL Lorraine Pascal Xmas	09:15
09:30	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 3 / 13	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 4 / 13	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 5 / 13	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 6 / 13	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 7 / 13	PAN AM (E)	PAN AM (E)	09:30
09:45	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 29 / 170	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 30 / 170	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 31 / 170	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 32 / 170	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 33 / 170	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 8 / 13	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 9 / 13	09:45
10:00	JÁ AO LUME ESPECIAL ANO NOVOII-2	ENCANTADOR DE CÃES	ENCANTADOR DE CÃES	DR. WHITE I - Ep. 22 / 26	ENCANTADOR DE CÃES	FACTOR X I - Ep. 6 / 40	FACTOR X I - Ep. 8 / 40	10:00
10:15	LORRAINE PASCAL ESPECIAL NATAL	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	IV - Ep. 8	ACE OF CAKES III - Ep. 11 / 13	IV - Ep. 9	ACE OF CAKES III - Ep. 7 / 13	ACE OF CAKES III - Ep. 9 / 13	10:15
10:30	DR. OZ III - Ep. 126 / 174	DR. OZ (E)	DR. OZ (E)	DR. OZ (E)	DR. OZ (E)	ACE OF CAKES III - Ep. 11 / 13	ACE OF CAKES III - Ep. 13 / 13	10:30
10:45	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 7 / 40	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 8 / 40	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 9 / 40	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 10 / 40	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 11 / 40	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 27 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 28 / 32	10:45
11:00	MAIS MULHER (E)	MAIS MULHER (E)	MAIS MULHER (E)	MAIS MULHER (E)	ENTRE NÓS (R)	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 29 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 30 / 32	11:00
11:15	V - Ep. 53	V - Ep. 61	V - Ep. 62	V - Ep. 63	VII - Ep. 7	ALTA DEFINIÇÃO I - Ep. 165	DR. WHITE I - Ep. 23 / 26	11:15
11:30	ANNABEL LANGBEIN I - Ep. 13 / 13 (E)	ACE OF CAKES III - Ep. 10 / 13	ACE OF CAKES III - Ep. 11 / 13	ACE OF CAKES III - Ep. 12 / 13	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 8 / 13 (E)	ENCANTADOR DE CÃES	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 2 (E)	11:30
11:45	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 4 / 13	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 5 / 13 (E)	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 6 / 13 (E)	AMERICA'S NEXT TOP MODEL XVII - Ep. 7 / 13 (E)	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 29 / 32	RETRATOS DA SAÚDE II - Ep. 4 (E)	LORRAINE PASCAL Lorraine Pascal Baking Made Easy4 / 6	11:45
12:00	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 27 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 28 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 29 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 30 / 32	JÁ AO LUME II - Ep. 3 (E)	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	LORRAINE PASCAL Lorraine Pascal Baking Made Easy4 / 6	12:00
12:15	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 34 / 170 (E)	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 35 / 170 (E)	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 36 / 170 (E)	ELLEN ELLEN DEGENERES SHOW IX - Ep. 37 / 170 (E)	ACE OF CAKES V - Ep. 1 / 13 (E)	ACE OF CAKES III - Ep. 11 / 13	LORRAINE PASCAL Lorraine Pascal Baking Made Easy4 / 6	12:15
12:30	LORRAINE PASCAL (E)	LORRAINE PASCAL (E)	LORRAINE PASCAL (E)	JÁ AO LUME ESPECIAL ANO NOVOII-2	ENTRE NÓS	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 31 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 32 / 32	12:30
12:45	ENCANTADOR DE CÃES	ENCANTADOR DE CÃES	ENCANTADOR DE CÃES	ENCANTADOR DE CÃES	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 32 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 33 / 32	12:45
13:00	JÁ AO LUME ESPECIAL ANO NOVOII-2	QUERIDO, MUDEI A CASA	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 2 / 72	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 3 / 72	100 TABUS I - Ep. 11	TITANIC I - Ep. 3 / 4	TITANIC I - Ep. 4 / 4	13:00
13:15	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 28 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 29 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 30 / 32	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 31 / 32	DR. WHITE (E)	JÁ AO LUME II - Ep. 3	PAN AM I - Ep. 11 / 14	13:15
13:30	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 1 / 72	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 2 / 72	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 3 / 72	MASTERCHIEF AUSTRÁLIA I - Ep. 4 / 72	PAN AM I - Ep. 9 / 14	RETRATOS DA SAÚDE II - Ep. 3	PAN AM I - Ep. 12 / 14	13:30
13:45	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 31 / 32 (E)	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 32 / 32 (E)	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 33 / 32 (E)	RECONSTRUÇÃO TOTAL EXTREME MAKEOVER IX - Ep. 34 / 32 (E)	PAN AM I - Ep. 10 / 14	ALTA DEFINIÇÃO I - Ep. 165	100 TABUS I - Ep. 11	13:45
14:00	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 5 / 40	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 6 / 40	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 7 / 40	FACTOR X X FACTOR I - Ep. 8 / 40	ALTA DEFINIÇÃO I - Ep. 165	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	ACE OF CAKES III - Ep. 1 / 13	14:00
14:15	VIDEO FASHION DAILY SPRING/SUMMER 2012	VIDEO FASHION DAILY SPRING/SUMMER 2012	VIDEO FASHION DAILY SPRING/SUMMER 2012	VIDEO FASHION DAILY SPRING/SUMMER 2012	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 2	ENTRE NÓS (R)	ENTRE NÓS (R)	14:15
14:30	I - Ep. 41 + 42 / 72	I - Ep. 43 / 72	I - Ep. 44 / 72	I - Ep. 45 / 72	MAIS MULHER (R)	VII - Ep. 7	VII - Ep. 11	14:30
14:45	QUERIDO, MUDEI A CASA XXVIII - Ep. 12	QUERIDO, MUDEI A CASA XXVIII - Ep. 13	QUERIDO, MUDEI A CASA XXIX - Ep. 1	QUERIDO, MUDEI A CASA XXIX - Ep. 2	JÁ AO LUME II - 3	DR. PHIL VII - Ep. 87 / 164	DR. PHIL VII - Ep. 88 / 164	14:45
15:00	LORRAINE PASCAL	LORRAINE PASCAL	LORRAINE PASCAL	ACE OF CAKES III - Ep. 13 / 13	DR. PHIL VII - Ep. 90 / 164	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 2	15:00
15:15	MAIS MULHER (R)	ENTRE NÓS (R)	MAIS MULHER (R)	MAIS MULHER (R)	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 2	15:15
15:30	V - Ep. 60	V - Ep. 7	V - Ep. 61	V - Ep. 62	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 2	15:30
15:45	DR. PHIL VII - Ep. 86 / 164	DR. PHIL VII - Ep. 87 / 164	DR. PHIL VII - Ep. 88 / 164	DR. PHIL VII - Ep. 89 / 164	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 1	QUERIDO, MUDEI A CASA XX - Ep. 2	15:45
O "Megaphone" emite de 2ª a 6ª feira, às 15:20 e 22:55 - serie I, ep.s 180 a 184								
<div> <div> <div>Programa de Acesso Condicionado</div> <div>(N) - Número segmentos</div> <div>Ep. N / SS - EE - Episódio e/ou Série - Episódio</div> <div>DIR - Directo</div> <div>RE - Repetição</div> </div> <div> <div>ALTERAÇÕES</div> <div>Concur / Entreten.</div> <div>Socio-Culturais</div> </div> <div> <div>Comédia</div> <div>Ficção</div> <div>Magazine</div> </div> <div> <div>Desporto</div> <div>Filmes</div> <div>Novelas</div> </div> <div> <div>Documentários</div> <div>Animação</div> <div>Reality Show</div> </div> <div> <div>Estrelas</div> <div>Informação</div> <div>TalkShows</div> </div> </div>								

Fig. 6 – Exemplo de Grelha de Programação (SIC Mulher)